

COMMUNAUTE DE COMMUNES
GRANVILLE TERRE ET MER

Enquête publique
relative à l'élaboration du

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
INTERCOMMUNAL

RAPPORT
DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR

Enquête du 4 juin au 4 juillet 2024

n° E24000027/14

Catherine de la GARANDERIE

SOMMAIRE

1. LES FAITS	page 1
2. OBJET DE L'ENQUÊTE	page 2
3. LE TERRITOIRE	page 2
3.1 Situation géographique et administrative	page 2
3.2 Paysages et protections environnementales, monuments historiques	page 4
3.3 L'activité économique	page 5
3.4 Les voies de communication	page 6
4. LE CADRE JURIDIQUE	
4.1 Un règlement pour la protection du cadre de vie	page 7
4.2 Définitions techniques	page 7
4.2.1 Les publicités	page 7
4.2.2 Les enseignes	page 8
4.2.3 Les préenseignes	page 9
4.2.4 Quelques cas particuliers	page 10
5. LE REGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITE (RNP)	page 10
5.1 Le RNP concernant la publicité et les pré-enseignes	page 11
5.1.1 Les obligations	page 11
5.1.2 Les interdictions	page 11
5.1.3 Les publicités murales	page 12
5.1.4 Les publicités scellées au sol ou directement sur le sol	page 13
5.1.5 Les publicités lumineuses	page 15
5.1.6 La publicité sur le mobilier urbain	page 16
5.1.7 La publicité sur les bâches	page 18
5.2 Le règlement national concernant les enseignes	page 20
5.2.1 Les enseignes en façade	page 20
5.2.2 Les enseignes sur toiture	page 21
5.2.3 Les enseignes scellée ou installées au sol	page 21
5.2.4 Les enseignes lumineuses	page 21
5.2.5 Les enseignes temporaires	page 22

6. L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL	page 23
6.1 Les dispositions relatives à l'élaboration des RLP	page 23
6.2 L'état des lieux sur le territoire de Granville Terre et Mer	page 24
6.2.1 L'ancien Règlement Local de publicité	page 24
6.2.2 Le recensement des publicités, enseignes et préenseignes	page 25
6.3 Les orientations du projet	page 28
6.3.1 Les orientations générales	page 28
6.3.2 Les orientations publicité	page 28
6.3.3 Les orientations enseignes	page 29
6.4 La concertation	page 29
6.4.1 La concertation arrêtée lors de la prescription du RLPi	page 29
6.4.2 La concertation effectuée	page 30
7. EXAMEN DU PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (PROJET ARRÊTE)	page 33
7.1 La limite des agglomérations	page 33
7.2 La définition des zonages	page 33
7.2.1 La zone ZP0	page 33
7.2.2 La zone ZP1	page 34
7.2.3 La zone ZP2	page 35
7.2.4 La zone ZP3	page 35
7.2.5 La zone ZP4	page 35
7.3 Le règlement concernant la publicité et les préenseignes	page 36
7.3.1 Les dispositions générales	page 36
7.3.2 Le règlement de la zone ZP0 pour la publicité et préenseignes	page 37
7.3.3 Le règlement de la zone ZP1 pour la publicité et préenseignes	page 38
7.3.4 Le règlement de la zone ZP2 pour la publicité et préenseignes	page 39
7.3.5 Le règlement de la zone ZP3 pour la publicité et préenseignes	page 40
7.3.6 Le règlement de la zone ZP4 pour la publicité et préenseignes	page 42
7.4 Le règlement concernant les enseignes	page 44
7.4.1 Les dispositions générales	page 44
7.4.2 Les enseignes en zone ZP0	page 45
7.4.3 Les enseignes en zone ZP1	page 45
7.4.4 Les enseignes en zone ZP2	page 46
7.4.5 Les enseignes en zone ZP3	page 47
7.4.6 Les enseignes en zone ZP4	page 47

8. LES AVIS EMIS SUR LE PROJET	page 49
8.1 Les avis des personnes publiques associées	page 49
8.2 Les avis des communes	page 50
8.3 L'avis de la CDNPS	page 53
9. DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE	page 53
9.1 Les mesures de publicité et affichage	page 53
9.2 Les modalités de consultation du dossier d'enquête	page 54
9.3 La composition du dossier d'enquête publique	page 54
9.4 Les permanences	page 55
9.5 La participation du public	page 56
10. REPONSE AUX OBSERVATIONS DU PUBLIC	page 57
10.1 Réponse aux observations déposées sur les registres « papier »	page 57
10.1.1 Registre déposé au siège de la communauté de communes	page 57
10.1.2 Registre déposé à la mairie de Granville	page 65
10.1.3 Registre déposé à la mairie de Saint-Pair-sur-mer	page 67
10.2 Réponse aux observées déposées sur le registre numérique	page 77
10.3 Réponse aux observées transmises par mail	page 94
11. CONCLUSION DU RAPPORT	page 104

1. LES FAITS

La Communauté de Communes Granville Terre et Mer compte 32 communes et une population totale de 44 464 habitants (2016). Parmi ces 32 communes, 6 d'entre elles (Bréville-sur-mer, Donville-les-Bains, Granville, Saint-Pair-sur-mer, Saint-Plancher et Yquelon) possédaient un Règlement Local de Publicité commun créé par arrêté préfectoral en date du 7 août 1998. Ce document, dont la caducité était programmée, est caduque depuis le 13 juillet 2022.

Par délibération en date du 29 mai 2018, le conseil communautaire de Granville Terre et Mer a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) et défini les modalités de la concertation.

Les orientations ont été débattues en conseil communautaire le 9 février 2023 et en conseils municipaux entre le 19 décembre 2022 et le 1^{er} mars 2023.

Par délibération en date du 30 novembre 2023, le conseil communautaire de Granville Terre et Mer a arrêté le projet de Règlement Local de Publicité et tiré le bilan de la concertation préalable.

Le dossier a été soumis pour avis au Préfet de la Manche, à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) et aux personnes publiques associées.

Par décision en date du 4 avril 2024, madame la Présidente du Tribunal Administratif de Caen m'a désignée en qualité de commissaire-enquêteur titulaire. Monsieur Jacques Marquet a été désigné commissaire-enquêteur suppléant.

Par arrêté en date du 6 mai 2024, monsieur le Président de la communauté de communes Granville Terre et Mer a ouvert l'enquête pour une durée de 31 jours, du 4 juin au 4 juillet 2024.

Le 12 juillet 2024, en application de l'article 8 de l'arrêté précité, j'ai remis au Vice-Président de la communauté de communes, chargé de l'urbanisme, le procès-verbal de synthèse.

Le 25 juillet, j'ai reçu le mémoire en réponse de la communauté de communes Granville Terre et Mer par mail. J'ai reçu l'original par courrier le 29 juillet 2024.

2. OBJET DE L'ENQUÊTE

L'enquête porte sur l'élaboration du Règlement Local de publicité intercommunal de la communauté de communes de Granville Terre et Mer.

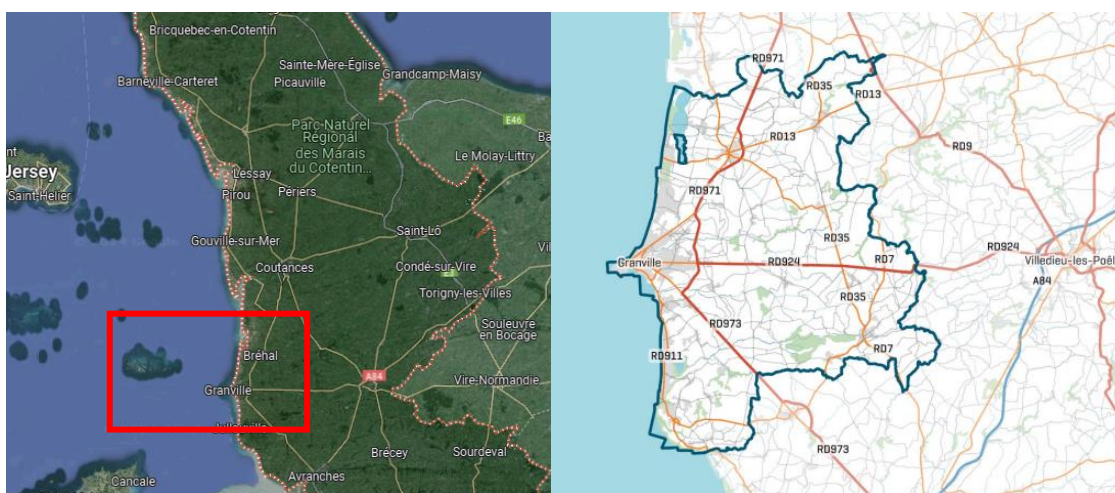
Ce règlement est destiné à règlementer la publicité extérieure, y compris la publicité intérieure visible de l'extérieur, les enseignes et pré-enseignes sur le territoire de la communauté de communes de Granville Terre et Mer.

Dans la pratique cela se traduit par la mise en place d'un règlement graphique, qui définit différentes zones en fonction de leurs caractéristiques ou leur destination et d'un règlement écrit qui définit ce qui est permis ou interdit dans chaque zone ou encore autorisé avec des prescriptions particulières.

3. LE TERRITOIRE

3.1 Situation géographique et administrative

Le territoire concerné correspond à celui de la communauté de communes de Granville Terre et Mer, situé sur la côte Ouest du département de la Manche. Il comprend une façade littorale située au Nord et au Sud de Granville et un territoire plus rural s'étirant vers l'Est.



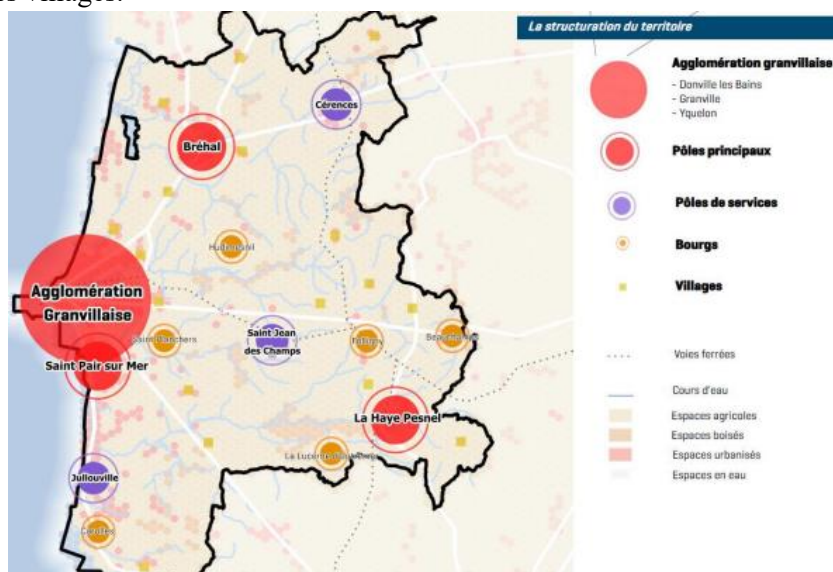
Le territoire de la communauté de communes comprend 32 communes, pour une superficie de 282,8 km² pour une population totale de 44 842 habitants en 2021. Seule la ville de Granville a une population supérieure à 10 000 habitants.

En 2018, la population se répartissait ainsi :

Commune	Population (2018)	Commune	Population (2018)
Anctoville-sur-Boscq	446	Jullouville	2338
Beauchamps	414	La Haye Pesnel	1294
Bréhal	3438	La Lucerne d'Outremer	776
Bréville-sur-mer	774	La Meurdraquière	179
Bricqueville-sur-mer	1221	La Mouche	241
Carolles	747	Le Loreur	277
Cérences	1792	Le Mesnil Aubert	192
Champeaux	355	Longueville	596
Chanteloup	358	Muneville-sur-mer	481
Coudeville-sur-mer	858	Saint-Aubin-des-Préaux	444
Donville-les-Bains	3138	Saint-Jean-des-Champs	1430
Equilly	195	Saint-Pair-sur-Mer	4053
Folligny	1093	Saint-Pierre-Langers	611
Granville	12567	Saint-Planchers	1374
Hocquigny	183	St Sauveur la Pommeraye	393
Hudimesnil	905	Yquelon	1113

Dans le cadre de l'élaboration de son PLUi, la communauté de communes Granville Terre et Mer a retenu une structuration de son territoire qui s'organise ainsi :

- l'agglomération granvillaise, qui regroupe les communes de Granville, Donville-les-Bains et Yquelon, au bâti continu ;
- les pôles principaux, qui sont des communes majeures pour le territoire : Bréhal, La Haye-Pesnel et Saint-Pair-sur-mer ;
- les pôles de services, qui disposent des commodités de premières nécessités : Cérences, Jullouville et Saint-Jean-des-Champs
- les bourgs ;
- les villages.



3.2 Paysages et protections environnementales, monuments historiques

Le territoire de Granville Terre et Mer compte 42 kilomètres de côtes et de très nombreuses mesures de protection environnementales :

- 4 sites Natura 2000 (l'archipel de Chausey, la Baie du Mont-Saint-Michel, le Littoral ouest du Cotentin de Bréhal à Pirou et le bassin de l'Airou) ;
- 13 Zones Naturelles d'Intérêt Ecologiques Faunistiques et Floristiques de type 1 ;
- 9 inventaires géologiques ;
- 4 unités paysagères différentes (Paysages d'entre terre et mer, Paysages bocagers, les Paysages montueux et escarpés et les paysages mixtes de bocage et de plaine)
- 9 sites classés (Falaises de Donville-les-Bains, le havre de la Vanlée et DPM, l'archipel de Chausey, baie du Mont-Saint-Michel, baie du Mont-Saint-Michel et DPM, DPM falaises de Carolles, Falaises de Champeaux, Falaises de Carolles, Parc du château d'Equilly et abords) ;
- 5 sites inscrits (Falaises de Granville, Haute Ville de Granville, Vallée du Thar, le DPM prolongeant la zone inscrite à Jullouville sur le territoire de Carolles, de la Vallée des peintres à Jullouville) ;
- 3 sites patrimoniaux (les ZPPAUP de la Haute Ville et de la place des Corsaires, l'AVAP en cours d'élaboration Le Pays de l'Estran qui concerne Granville, Saint-Pair-sur-mer, Jullouville et Carolles).

Le territoire de Granville Terre et Mer compte aussi 7 monuments historiques classés :

- à Chanteloup : Château (façades et toitures Renaissance, porte de la grande salle avec vantaux peints)
- à Granville : Église Notre-Dame-du-Cap-Lihou
- à Granville : Château de Grainville : peintures murales de la chapelle
- à Granville : Ancienne porte de ville de l'enceinte
- à La Lucerne d'Outremer : Abbaye de La Lucerne : vestiges (église, cloître, aumônerie, entrée du XVIII^e s., aqueduc)
- à La Lucerne d'Outremer : Abbaye de La Lucerne : Sol, cloître, ruines du colombier, gisants
- à La Lucerne d'Outremer : Abbaye de La Lucerne : Logis abbatial

Le territoire de Granville Terre et Mer compte aussi de nombreux monuments historiques inscrits :

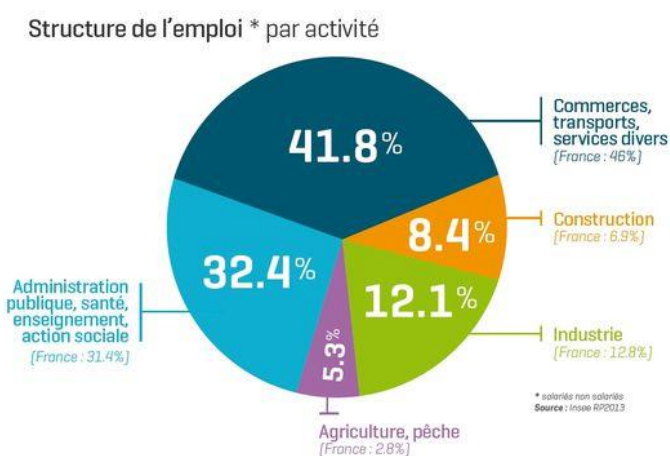
- à Bréhal : Ruines de l'église Saint-Martin de Saint-Martin-le-Vieux ;
- à Bréville-sur-mer : Église Notre-Dame
- à Chanteloup : Château
- à Granville : Château de Grainville (Façades, toitures, escalier intérieur, colombier), Corps de garde de Saint-Pair, Enceinte de la haute ville, Manoir de Saint-Nicolas, Casernes du Roc, Four à rougir les boulets de la pointe du Roc, Corps de garde de la jetée, Batterie du Roc, Casino, Forme de radoub du port, Phare de Chausey, Phare du cap Lihou ;

- à Hocquigny : Ancien prieuré (détruit) ;
- à Julloville : Colonie de vacances de la ville de Saint-Ouen
- à Longueville : Pigeonnier du château
- à La Lucerne d'Outremer : Abbaye de La Lucerne : Ferme, granges à dîmes et maison des cygnes
- à La Meurdraquière : Église Saint-Martin
- à Le Mesnil Aubert : Eglise Saint Pierre
- à Saint-Aubin-des-Préaux : Eglise Saint Aubin
- à Saint-Jean-des-Champs : Eglise Saint Léger, Château du Pont-Roger
- à Saint-Pair-sur-Mer : Eglise Saint Pair
- à Saint-Planchers : Prieuré de l'Oiselière

3.3 L'activité économique

Le site de Granville Terre et Mer présente le territoire en précisant qu'il s'agit de la troisième zone d'emploi de la Manche avec 4 400 établissements et 16 000 emplois dont 12 980 salariés et 3 028 non-salariés (employeurs, indépendants).

Le même site précise qu'il existe une économie résidentielle forte, favorable notamment au commerce et au bâtiment. Dans le tertiaire, il y a une vocation marquée des secteurs du tourisme et de la santé. L'industrie est présente surtout dans les secteurs de l'agro-alimentaire et la chimie-matériaux. Enfin, la pêche, l'agriculture et l'élevage équin sont présents sur le territoire.

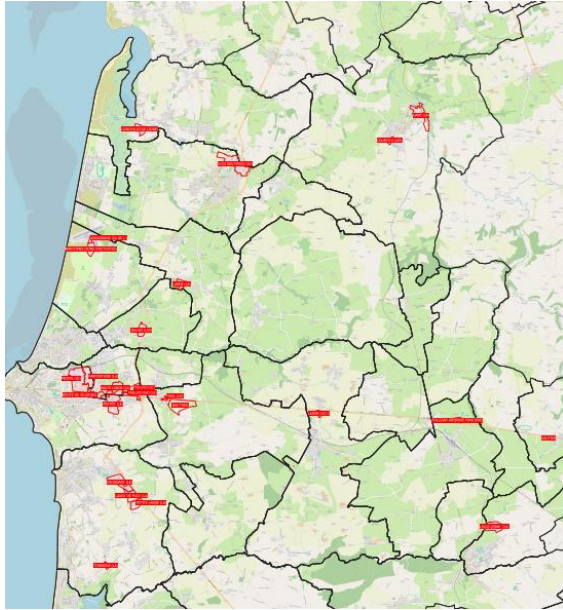


L'emploi se répartit selon la taille des entreprises :

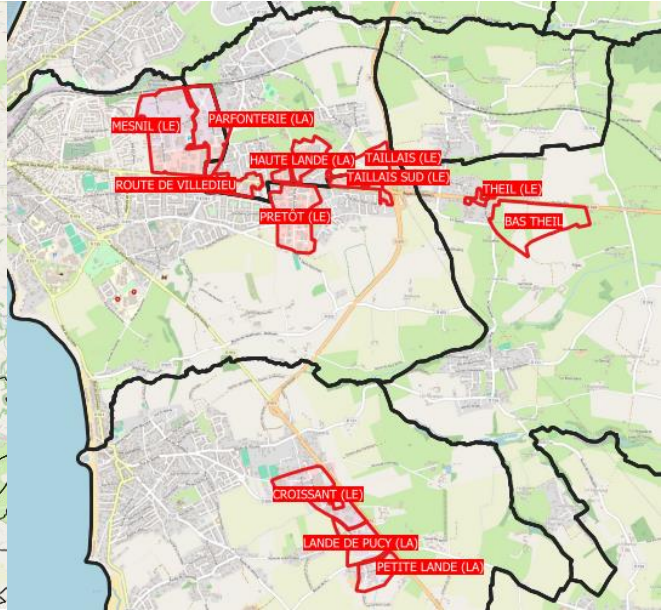
- 45% des emplois dans les entreprises de plus de 50 salariés ;
- 16% des emplois dans les entreprises de 20 à 49 salariés ;
- 12% des emplois dans les entreprises de 10 à 19 salariés ;
- 27% des emplois dans les entreprises de 1 à 9 salariés ;

Est soulignée la diversité des domaines d'activité de l'économie : tourisme, santé, industrie, luxe, pêche, agriculture, nautisme, équin, numérique.

Enfin, la communauté de communes compte environ 160 ha de zones d'activités aménagées se répartissant sur 19 sites.



19 sites sur le territoire GTM



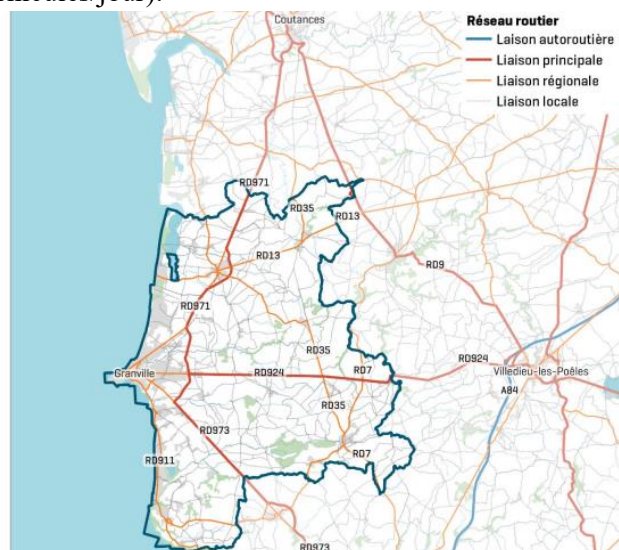
Sites de Granville, Yquelon et Saint-Pair-sur-mer

3.4 Les voies de communication

Les axes routiers convergent depuis les villes environnantes vers Granville. On note deux routes classées en « routes à grande circulation : la RD 971 (axe Coutances-Granville) et la RD 973 (axe Granville-Avranches). La moyenne journalière est de 8500 véhicules/jour pour ces deux axes.

D'autres axes routiers structurent le territoire : Il s'agit de

- la RD 924 (axe Villedieu-les-Poêles-Granville entre 6000 et 8500 véhicules/jour) ;
- la RD 13 (axe Bréhal-Cérences-Torigni-sur-Vire entre 3500 et 6000 véhicules/jour) ;
- la RD 35 (axe Sartilly-La Haye-Pesnel-Quettreville-sut-Sienne entre 3500 et 8500 véhicules/jours) ;
- la RD 911, (axe Granville-Saint-Pair-sur-mer-Jullouville entre 3500 et 6000 véhicules/jour).



4. LE CADRE JURIDIQUE

4.1 Un règlement pour la protection du cadre de vie

Le Règlement Local de Publicité, tout comme le Règlement National, vise à régler les conditions d'implantation et le format des publicités, enseignes et pré-enseignes dans l'objectif de protection du cadre de vie. La poursuite de préoccupations étrangères à cet objectif est donc par principe exclu, même si parfois le code de l'environnement fait référence à la sécurité routière. De même le code de la route comporte des dispositions spécifiques à la publicité pour des motifs de sécurité routière (art. R418-1 et suivants du code de la route).

Ces règlements ne règlementent pas le contenu du message publicitaire, qui lui peut être règlementé par d'autres textes (ex : loi Evin sur le tabac).

4.2 Définitions techniques

Tout d'abord, le code de l'environnement (art L581-3) retient trois formes de publicité :

- les publicités ;
- les enseignes ;
- les pré-enseignes.

4.2.1 Les publicités

L'article L581-3 du code de l'environnement définit la publicité comme toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités (supports) ;

Les supports ou formes diffèrent :

La publicité peut avoir pour support des panneaux publicitaires :

- publicité scellée au sol ou implantée directement sur le sol ;
- publicité apposée sur un support existant (mur, clôture, etc.) ;
- publicité sur bâches de chantier ou autres ;
- publicité apposée sur du mobilier urbain



dispositif scellé au sol ou implanté au sol

dispositif apposé sur un support (mur, clôture,...)



Publicité sur bâche



publicité sur mobilier urbain



Dispositif sans ancrage au sol

La publicité peut utiliser ou non une source lumineuse :

- publicité non lumineuse ;
- publicité supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- publicité lumineuse autre que supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- publicité numérique (sous-catégorie de la publicité lumineuse autre que supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence).

4.2.2 Les enseignes

L'article L581-3 définit l'enseigne comme toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ; Le conseil d'Etat a précisé que ce dispositif pouvait également être situé sur le terrain même où s'exerce l'activité.

Les enseignes ont également des supports très variés :

- les enseignes en façade selon qu'elles sont implantées à plat ou perpendiculaires (enseigne dite « en drapeau ») ;
- les enseignes en toiture (ou terrasse) ;
- les enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;
- les enseignes lumineuses parmi lesquelles figure l'enseigne à faisceau de rayonnement laser



enseigne implantée à plat

à plat sur vitrine

enseigne en drapeau



enseigne sur toiture

enseigne lumineuse

4.2.3 Les pré-enseignes

L'article L581-3 définit la pré-enseigne comme toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Elle se distingue de l'enseigne par le fait qu'elle n'est pas implantée sur l'immeuble (ou terrain) où s'exerce l'activité signalée.

L'article L581-19 du code de l'environnement précise que les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité, à l'exception :

- des pré-enseignes « dérogatoires », qui sont soumises à un régime distinct : les activités concernées sont listées à l'article L581-19 (les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite) ;
- des pré-enseignes « temporaires » : signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ou pour une durée de plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce (art R581-68 du code de l'environnement).

4.2.4 Quelques cas particuliers

Enfin, il existe des cas particuliers :

- Les panneaux d'affichage d'opinion, dont l'installation par les maires est obligatoire en vue d'y recevoir l'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune publicité commerciale ne peut y être admise. Leur nombre et leur dimensionnement est fixé par décret en Conseil d'Etat en fonction de la population.
- la publicité mobile qui ne relève pas du Règlement Local de Publicité intercommunal ou du règlement national de Publicité ;
- la signalisation d'information locale qui consiste en plusieurs panneaux permettant d'indiquer la direction pour des services ou équipements.



Affichage d'opinion



Publicité mobile



Signalisation d'information locale

5. LE REGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITE

Reprenant les principes qui gouvernent le droit de l'urbanisme, le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale – communément appelée règlement national de la publicité (RNP) – applicable à l'ensemble du territoire national.

La réglementation relative à la publicité extérieure figure au Titre VIII « Protection du cadre de vie » du Livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances » du code de l'environnement. Elle comprend des dispositions législatives (articles L.581-1 et suivants) et des dispositions réglementaires (articles R. 581-1 et suivants). Cette partie réglementaire est également appelée « règlement national de publicité ».

5.1 Le règlement national concernant la publicité et les préenseignes

5.1.1 Les obligations

D'une manière générale, mais qu'il convient de rappeler, toute implantation de publicité nécessite l'autorisation écrite du propriétaire, qu'il s'agisse du domaine privé ou du domaine public. De même tout dispositif doit mentionner le nom et coordonnées de son propriétaire et être entretenu.

5.1.2 Les interdictions

Au titre de l'article L 581-4, toute publicité est interdite :

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

La publicité est interdite hors agglomération (article L581-7)

Ce même article prévoit trois dérogations à ce principe. La publicité est ainsi admise :

- à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux ;
- à l'intérieur de l'emprise des aéroports, des gares ferroviaires et des gares routières ;
- à l'intérieur de l'emprise des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places.

Il existe des interdictions à l'intérieur des agglomérations (article L581-8), mais qui sont dites « **relatives** » car il peut y être dérogé dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité (RLP).

La publicité est interdite :

- aux abords des monuments historiques (article L621-30 du code du patrimoine)
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (SRP) ;
- dans les parcs naturels régionaux (PNR) ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 du code de l'environnement (Zones Natura 2000).

5.1.3 Les publicités murales

La publicité murale correspond aux publicités installées sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité (mur de tout bâtiment, mur de clôture, clôture ou palissade de tout type, arche, colonne). Elle s'oppose à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.

5.1.3.1 Les interdictions

Sont interdites :

- l'apposition d'une publicité non lumineuse sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque) ;
- l'apposition de publicité sur des murs qui ne sont pas aveugles ou dont les ouvertures ont une surface supérieure à 0,5 m² ;
- l'apposition de publicité sur une baie, sauf s'il s'agit de la devanture d'un établissement commercial temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire ou bien s'il s'agit de dispositifs de petit format (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie ;
- l'apposition de publicité sur les murs qui ne sont pas aveugles (grilles et grillages)
- l'apposition de publicité sur les murs de cimetière ou de jardin public.

5.1.3.2 Les règles de surface et de hauteur

La surface et la hauteur des publicités murales non lumineuses sont fonction du nombre d'habitants de la commune et de l'agglomération, avec des conditions particulières si les publicités sont apposées le long de routes à grande circulation.

Ces conditions peuvent être récapitulées ainsi :

Lieu d'implantation	Surface maximale	Hauteur maximale
Agglomération plus 10 000 habitants	10,50 m ²	7,50 m
Agglomération moins 10 000 habitants dans unité urbaine supérieure à 100 000 habitants	10,50 m ²	7,50 m
Emprise des aéroports et gares ferroviaires et routières	10,50 m ²	7,50 m
Agglomération moins 10 000 habitants dans unité urbaine inférieure à 100 000 habitants	4,70 m ²	6 m
Bordure route à grande circulation dans agglomération moins 10 000 habitants	4,70 m ² à 8 m ² *	6 m
Emprise des équipements sportifs pouvant accueillir 15 000 places hors agglomération et 15 000 places assises en agglomération	20% superficie totale du mur	10 m dérogation possible

* La surface peut être portée à 8 mètres (nécessité de désigner, par arrêté préfectoral pris après avis de la CDNPS et des maires des communes concernées, les parties de voies maintenues à 4,70 m²).

5.1.3.3 Les règles d'implantation

Une publicité lumineuse ne peut être apposée :

- à moins de 0,50 mètre du niveau du sol ;
- sur une toiture ou une terrasse ;
- en dépassant les limites du mur qui la supporte ;
- en dépassant les limites de l'égout du toit ;
- en constituant une saillie par rapport au mur supérieure à 0,25 m avec accord du propriétaire ;

5.1.3.4 Les règles de densité

Les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique (Art. R. 581-25).

La règle de la densité s'applique quel que soit le format des publicités concernées et s'exprime en nombre maximum de dispositifs.

La règle peut être ainsi résumée :

Longueur unité foncière	conditions	nombre	Règle implantation
Unité foncière longueur inférieure ou égale à 80 m	Pas de dispositif scellé au sol	2 dispositifs muraux	1 seul mur support Alignement vertical ou horizontal
Unité foncière longueur supérieur à 80 m		2 dispositifs muraux + 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m	Aucune règle d'inter-distance, pas d'alignement obligatoire

5.1.4 Les publicités scellées au sol ou directement sur le sol

A la différence des publicités murales, cette publicité n'est pas installée sur un support. Elle est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet, plus rarement posée directement sur le sol (par exemple des chevalets). Elle est régie par les articles R. 581-30 à R. 581-33.

5.1.4.1 Les interdictions

Sont interdites (article L 581-8), au-delà des interdictions évoquées au point 4.4.2, les publicités scellées au sol ou directement au sol :

- dans les espaces boisés classés ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et figurant sur un PLU (zones naturelles et forestières du PLU).

Enfin, en vertu de l'article R 581-31, « **les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants** ».

5.1.4.2 Les règles de surface et de hauteur

Dans les communes de plus de 10 000 habitants (ou comprises dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants), la surface des publicités scellées ou posées au sol ne peut excéder 10,50 m² et 6 mètres de hauteur.

5.1.4.3 Les règles d'implantation

Les dispositifs au sol doivent respecter des règles d'implantation :

- le respect d'une distance de 10 mètres par rapport à la baie d'un immeuble voisin, dès lors que le dispositif se situe en avant du plan du mur contenant la baie ;
- le respect d'une distance au moins égale à la moitié de la hauteur du dispositif par rapport à la limite séparative de propriété.

5.1.4.4 Les règles de densité

Pour les implantations sur le domaine privé :

Longueur unité foncière	conditions	nombre
Unité foncière longueur inférieure ou égale à 40 m	Pas de dispositif publicitaire muraux	1 seul dispositif au sol
Unité foncière entre 40 et 80 m	Pas de dispositif publicitaire muraux	2 dispositifs au sol
Unité foncière supérieure à 80 m	Pas de dispositif publicitaire muraux	1 dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m

Pour les implantations sur le domaine public, le nombre global de dispositifs est déterminé par la longueur du côté le plus long de l'unité foncière attenante. La norme est d'1 dispositif par tranche de 80 mètres, par contre, il n'y a pas de règle d'inter-distance entre les dispositifs.

5.1.5 Les publicités lumineuses

Au sein des publicités lumineuses on compte les trois catégories suivantes :

- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, c'est-à-dire éclairées par l'extérieur au moyen de spots ou ampoules ou par l'intérieur (caissons lumineux,...) ;
- la publicité lumineuse autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Les publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence suivent les mêmes règles de format, de hauteur, d'implantation que celles des publicités non lumineuses, selon le dispositif support (murs ou au sol). Elles sont soumises également aux règles de densité.

Ces publicités doivent également respecter des règles de luminance. Toutefois, l'arrêté est toujours en cours d'élaboration.

Elles doivent également être éteintes entre une heure et 6 heures du matin à l'exception :

- de celles qui sont supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement (si publicité numérique l'image doit être fixe) ;
- de celles qui sont installées dans l'emprise des aéroports ou des marchés d'intérêt national.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

La publicité lumineuse numérique désigne essentiellement les écrans numériques.

Elle n'est autorisée que dans les agglomérations (commune) de plus de 10 000 habitants ou moins de 10 000 habitants mais au sein d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Elle est soumise à autorisation préalable, délivrée pour une durée maximale de 8 ans (article L581-9 et R581-15 du code de l'environnement).

Elle répond à des règles propres en matière de format, de consommation électrique, de luminosité et de présence sur le mobilier urbain.

Les publicités numériques installées sur des supports ne doivent pas :

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

Par ailleurs, elle doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

Les publicités numériques scellées au sol ne doivent pas :

- être implantées dans les espaces boisés classés et zones à protéger figurant sur un PLU situés en agglomération ;
- ne pas être visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ;

- être implantées à moins de dix mètres des baies
- être implantées à moins de la moitié de sa hauteur par rapport à la limite séparative du fond voisin.

Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 m² et une hauteur supérieure à 6 m par rapport au sol. Des règles spécifiques sont établies pour les aéroports et les stades de plus de 15 000 places assises. Les règles de densité sont identiques à celles applicables aux publicités non lumineuses. Elles doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures du matin et être adaptées à la luminosité ambiante.

Les publicités numériques supportées par le mobilier urbain doivent respecter les mêmes interdictions que celles des publicités numériques scellées au sol et celles des publicités lumineuses.

Il existe **d'autres dispositifs lumineux** principalement constitué par des néons installés en toiture, parfois muraux, rarement scellés au sol. Ces dispositifs sont soumis à autorisation et doivent respecter les interdictions et normes précisées pour la publicité lumineuse. A noter, qu'elle n'est pas soumise à une hauteur minimale de 0,50 m par rapport au sol, à une saillie maximale de 0,25 m ou encore à l'interdiction de publicité sur un toit ou une terrasse.

5.1.6 La publicité sur le mobilier urbain

Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers. Le code de l'environnement retient 5 types de mobilier urbain susceptible d'accueillir des publicités. Il s'agit :

- des abris destinés au public (Art. R. 581-43) ;
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial (Art. R. 581-44) ;
- des colonnes* porte-affiches (Art. R. 581-45) ;
- des mâts porte-affiche (Art. R. 581-46) ;
- des mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (Art. R. 581-47).

Aux termes de l'article R. 581-42, le mobilier urbain* ne peut supporter de la publicité qu'à titre accessoire par rapport à sa fonction.

Les publicités sur mobilier urbain sont interdites :

- en dehors des agglomérations ;
- sur les monuments historiques, les monuments naturels et dans les sites classés, les parcs nationaux et les réserves naturelles, les arbres (L581-4 code environnement).
- aux abords des monuments historiques ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (liste établie par arrêté préfectoral) ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales ;
ou encore :
- dans les espaces boisés classés ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et figurant sur un PLU (zones naturelles et forestières du PLU).

Par contre, le mobilier urbain est dispensé de la règle de distance par rapport aux limites séparatives. Si le mobilier urbain, supporte de la publicité lumineuse ou numérique, il est soumis aux obligations et interdictions de celle-ci.

La superficie maximale de la **publicité non lumineuse sur le mobilier urbain** s'établit ainsi :

Nature du mobilier urbain	Ville < 10 000 hab non incluse dans une unité urbaine de 100 000 hab	Ville de > de 10 000 hab ou < 10 000 hab incluse unité urbaine > 100 000 habitants
Abris destinés au public	2 m ² unitaire + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	2 m ² unitaire + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol
Kiosques	2 m ² unitaire et 6m ² au total	2 m ² unitaire et 6m ² au total
Colonne porte affiche	Pas de superficie maximale	Pas de superficie maximale
Mâts porte-affiche	2 m ² recto, 2 m ² verso	2 m ² recto et 2 m ² verso
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires (plans de ville, etc.)	Interdit si surface publicité > 2m ² et si mobilier urbain >3m Si non identique informations non publicitaires	10,50 m ²

La superficie maximale de la **publicité éclairée par projection ou par transparence sur le mobilier urbain** s'établit ainsi :

Nature du mobilier urbain	Ville < 10 000 hab non incluse dans une unité urbaine de 100 000 hab	Ville de > de 10 000 hab ou < 10 000 hab incluse unité urbaine > 100 000 habitants
Abris destinés au public	interdit	2 m ² unitaire + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol
Kiosques	Interdit	2 m ² unitaire et 6m ² au total
Colonne porte affiche	Interdit	8 m ²
Mâts porte-affiche	Interdit	2 m ² recto et 2 m ² verso
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires (plans de ville, etc.)	Interdit	10,50 m ²

La superficie maximale de la **publicité numérique sur le mobilier urbain** s'établit ainsi :

Nature du mobilier urbain	Ville < 10 000 hab non incluse dans une unité urbaine de 100 000 hab	Ville de > de 10 000 hab ou < 10 000 hab incluse unité urbaine > 100 000 habitants
Abris destinés au public	interdit	2 m ² unitaire + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol
Kiosques	Interdit	2 m ² unitaire et 6m ² au total
Colonne porte affiche	Interdit	2 m ²
Mâts porte-affiche	Interdit	2 m ² recto et 2 m ² verso
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires (plans de ville, etc.)	Interdit	8 m ²

5.1.7 La publicité sur les bâches

Le code de l'environnement retient deux types de bâches comportant de la publicité (art R581-53) :

- les bâches de chantier installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation des travaux » ;
- les bâches publicitaires, c'est-à-dire toutes les autres bâches.

5.1.7.1 Les interdictions

Les bâches sont interdites dans les villes de moins de 10 000 habitants non incluses dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Elles ne doivent pas être visibles depuis une autoroute, route express.

Elles ne doivent pas être installées :

- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- sur les murs des bâtiments saufs quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent que des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré. (les bâches publicitaires même micro-perforées sur la façade d'un immeuble comportant des baies sont interdites, quand bien même elles ne gêneraient pas le confort des occupants de l'immeuble. En revanche, les bâches de chantier peuvent être apposées sur un échafaudage qui est lui-même placé devant une façade comportant des baies) ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.

Mais aussi :

- à moins de 0,50 mètre du sol ;
- sur une toiture ou une terrasse ;
- dans les espaces boisés classés ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ;
- dans les zones d'interdiction absolue (article L. 581-4) ;
- dans les zones d'interdiction relative (L. 581-8).

5.1.7.2 Le régime administratif

Toutes les bâches sont soumises au régime de l'autorisation du maire ou autorité administrative, qui ne peut pas se prononcer sur le contenu du message publicitaire. Par contre, les bâches de chantier sur les monuments historiques sont soumises à l'autorisation de l'architecte des bâtiments de France.

La durée de vie d'une bâche de chantier est celle du chantier (échafaudage) tandis que celle de la bâche publicitaire est d'une durée maximale de 8 ans.

5.1.7.3 Les règles d'implantation

Les bâches de chantier sont fixées sur l'échafaudage, sans dépasser le mur et l'égout du toit, sans créer une saillie supérieure à 0,50 m par rapport à l'échafaudage. La surface occupée par la publicité ne peut être supérieure à 50% de la superficie totale de la bâche. L'autorité administrative peut autoriser une superficie plus grande.

Les bâches publicitaires ne peuvent être installées que sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. Elles ne peuvent constituer une saillie supérieure à 0,50 m et ne doivent pas dépasser la limite du mur et l'égout du toit.

La superficie n'est pas réglementée mais une distance d'au moins 100 mètres doit être respectée entre deux bâches publicitaires.

En cas de publicité lumineuse sur les bâches, les règles de la publicité lumineuse viennent s'ajouter.

5.1.7.4 Les dispositifs exceptionnels

Le code de l'environnement autorise les dispositifs de dimensions exceptionnelles exclusivement pour des manifestations temporaires. Ce dispositif, interdit dans les communes de moins de 10 000 habitants, est soumis à autorisation administrative après consultation de la

CDNPS. L'autorisation est accordée pour une durée qui commence 1 mois avant le début de la manifestation et 15 jours après la clôture de celle-ci.

5.2 Le règlement national concernant les enseignes

Les enseignes sont soumises à autorisation si

- le territoire est couvert par un règlement local de publicité ;
- si elles sont installées dans un lieu classé ou protégé (art. L 581-4 ou L 581-8 du code de l'environnement) ;
- s'il s'agit d'enseignes à faisceau de rayonnement laser.

Il existe une obligation d'entretien tout au long de l'activité et de suppression au terme de l'activité.

Des dispositions propres à chaque type d'enseigne sont fixées.

5.2.1 Les enseignes en façade

Si elles sont apposées à **plat sur un mur**, elles ne doivent pas dépasser les limites du mur (soit elle est sur le mur, soit elle est en toiture), ni l'égout du toit. Il en est de même pour les enseignes sur les clôture aveugles ou non. Elles ne doivent pas constituer une saillie supérieure à 0,25 m.

Contrairement à la publicité, les enseignes peuvent être installées

- sur un auvent ou une marquise (hauteur de l'enseigne 1 mètre maximum) ;
- devant un balconnet ou une baie (pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui) ;
- sur le garde-corps d'un balcon (sans en dépasser les limites et si pas de saillie supérieure à 0,25 mètre par rapport à lui).

Les enseignes apposées sur la façade commerciale ne peuvent avoir une surface supérieure à 15% de la surface de la façade. Ce pourcentage est porté à 25% pour les façades inférieures à 50 m².

Les enseignes dites « **en drapeau** » ou « en potence », perpendiculaires au mur ne doivent pas dépasser la hauteur du mur qui les soutient. Elles doivent répondre à des dimensionnements techniques (saillie par rapport au mur inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sans jamais dépasser 2 mètres). Le règlement Local du Publicité peut fixer des règles plus restrictives, imposer une hauteur minimum et maximum, une règle de recul par rapport au bord du trottoir, etc.

5.2.2 Les enseignes sur toiture

Les enseignes peuvent être installées sur les toitures ou terrasses (si activité est exercée dans plus de la moitié du bâtiment). Elles doivent alors être « réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut » (Art. R. 581-62). Ces mêmes dispositions s'appliquent pour les enseignes peintes sur les toits.

Les règles applicables aux enseignes en toiture sont ainsi définies :

Enseignes en toiture si les activités signalées s'exercent dans + de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si les activités signalées s'exercent dans 50 % ou moins du bâtiment
Hauteur de façade \leq à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade \leq à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi (Art. R. 581-38)
Hauteur de façade $>$ 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade $>$ 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi (Art. R. 581-38)
Surface cumulée limitée à 60 m ² pour un même établissement	Surface cumulée limitée à 60 m ² pour un même établissement

5.2.3 Les enseignes scellée ou installées au sol

Les enseignes scellées ou installées au sol sont installées sur l'unité foncière où s'exerce l'activité. A noter : les chevalets installés sur le domaine public sont des préenseignes sauf si une autorisation d'occuper le domaine public est accordée (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple). Dans ce dernier cas, les dispositifs qui y sont installés sont considérés comme des enseignes.

Les enseignes de plus de 1 m² doivent respecter les règles d'implantation des publicités scellées ou installées au sol, même vis-à-vis des immeubles qui ne sont pas des habitations.

La superficie de ces enseignes est de 6 m² maximum dans les villes de moins de 10 000 habitants et de 10,5 m² dans les villes de plus de 10 000 habitants. La hauteur maximale est de 6 mètres si elles font plus d'1 mètre de large et de 8 mètres si elles font moins d'1 mètre de large.

Ces enseignes, si elles sont supérieures à 1 m², sont limitées à 1 dispositif le long de chacune des voies ouvertes à la circulation bordant l'unité foncière.

5.2.4 Les enseignes lumineuses

Le code de l'environnement ne fait pas de distinction entre les différentes techniques utilisées pour les enseignes lumineuses. Elles sont toutes soumises aux mêmes règles.

Elles doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures du matin, sauf si l'activité se déroule pendant ces horaires. Dans ce cas, elles doivent être éteintes dans l'heure qui suit l'arrêt de l'activité et peuvent être allumées une heure avant le début de l'activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites en dehors des enseignes de pharmacie et autres services d'urgence.

L'enseigne à faisceau de rayonnement laser (un ou plusieurs rayons dirigés vers le ciel) est régie par la réglementation des enseignes lumineuses. Toutefois, elle est soumise à autorisation de l'autorité administrative.

5.2.5 Les enseignes temporaires

Il existe deux sortes d'enseignes temporaires :

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

Elles sont soumises à autorisation si elles sont installées sur un immeuble dans un immeuble ou lieu relevant de l'article L581-4 ou, si elles sont au sol, dans un immeuble ou un lieu relevant de l'article L 581-8 du code de l'environnement

Leur installation peut se faire dans les trois semaines avant le début de la manifestation et doivent être enlevées dans la semaine qui suit. Le règlement local de publicité peut réduire ces durées.

L'enseigne temporaire doit respecter les règles suivantes :

- maintien en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement ;
- respect des normes de luminance ;
- respect des obligations d'extinction nocturne pour les enseignes lumineuses ;
- respect des règles d'implantation pour les enseignes murales ou les enseignes perpendiculaires au mur ;
- respect de la surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement limitée à 60 mètres carrés ;
- respect, pour les enseignes de plus d'un mètre carré scellées ou installées directement sur le sol, de la distance par rapport aux baies, aux limites séparatives et du nombre d'enseigne le long des voies bordant l'établissement.

On peut donc retenir qu'aucune limitation de surface unitaire ou cumulée n'est imposée aux enseignes temporaires en dehors des enseignes en toiture, des enseignes « immobilières » scellées au sol.

Le RLP pourra prévoir des prescriptions plus restrictives, sans toutefois pouvoir les interdire.

6. L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

6.1 Les dispositions relatives à l'élaboration des règlements locaux de publicité

Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un RLP intercommunal ou un RLP communal peut être institué par certains EPCI ou, à défaut, les communes.

Le RLP définit une ou plusieurs zones où s'appliquent des règles plus restrictives que celles du RNP. Dans cette même recherche d'équilibre entre protection du cadre de vie et développement économique des territoires, le RLP permet également d'introduire des assouplissements sur des points précis prévus par le code de l'environnement (déroger à la règle nationale d'interdiction de publicité dans certains secteurs dont le caractère présente un intérêt de protection, et permettre, de façon maîtrisée, la réintroduction de la publicité, par exemple en dérogeant à l'interdiction de publicité aux abords des monuments historiques (Art. L. 581-8).

Le RLP peut aussi être un outil pour valoriser les entrées de ville, toujours dans cette même recherche de l'équilibre entre préservation du cadre de vie et développement économique local. Ce document peut aussi permettre d'intégrer de la publicité dans les zones d'activité et centres commerciaux.

Enfin, le **RLP permet de :**

- contrôler l'implantation des enseignes pour qu'elles soient mieux positionnées, fixer les conditions liées à l'éclairage ;
- fixer des prescriptions applicables aux publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines des commerces et destinées à être visibles depuis la voie publique ;
- réintroduire de la publicité dans des lieux où elle est par principe interdite (article L581-8 du code de l'environnement) ;
- réduire les formats ;
- interdire certains dispositifs dans des lieux où l'impact serait trop important pour la préservation du cadre de vie ;
- prévoir des règles de densité spécifique ;
- prévoir des prescriptions esthétiques ;

Par contre, le **RLP ne peut pas :**

- instituer des mesures d'interdiction générale et absolue ;
- instituer des prescriptions trop strictes ;
- porter atteinte au principe d'égalité ;
- instituer un régime d'autorisation autre que celui prévu par le législateur ;
- interdire certaines publicités sur le fondement de d'autres fondements que la protection du cadre de vie.

6.2 L'état des lieux sur le territoire de Granville Terre et Mer

6.2.1 L'ancien Règlement Local de publicité

Par arrêté préfectoral du 7 août 1998, a été créé le Règlement Local de Publicité commun aux communes de Bréville-sur-mer, Donville-les-Bains, Granville, Saint-Pair-sur-mer, Saint-Planchers et Yquelon.

Ce règlement est devenu caduc le 13 juillet 2022 et, depuis cette date, le Règlement National de Publicité (RNP) s'applique.

Pour les enseignes, le règlement prévoyait la pose à plat ou en drapeau avec une réglementation pour la hauteur (si rez-de-chaussée commercial pas de débordement sur le 1^{er} étage) et pour la longueur (longueur maximale de la façade commerciale).

Pour les publicités, 6 zones étaient définies :

- la ZPR n°1 (Zone de Publicité Restreinte n°1) correspondant à la Haute-Ville et certains espaces naturels ou proches du littoral ;

- la ZPR n°2 correspondant aux centres de Bréville, Yquelon et Saint-Planchers ainsi que la partie urbanisée de Kairon à Saint-Pair-sur-mer et Saint-Nicolas-Plage à Granville ;

- la ZPR n°3 correspondant aux centres de Granville, Donville-les-Bains, Saint-Pair-sur-mer (quartiers urbains les plus denses) et une partie du quartier « Le Grand Chemin » à Bréville ;

- la ZPR n°4 correspondant aux quartiers situés en bordure de la route de Villedieu, la route d'Avranches, les boulevards des Antilles et du Québec (protection des entrées de ville et des axes structurants dans leur tronçons situés dans une commune de plus de 10 000 habitants) ;

- la ZPE n°1 (Zone de Publicité Elargie n°1) correspondant à une partie du quartier « Le Grand Chemin » à Bréville-sur-mer, situé en agglomération et dont la voie n'est pas une route à grande circulation, le règlement correspondant à celui de la ZPR n°3 ;

- la ZPE n°2 correspondant aux abords de la route de Villedieu dans sa portion située en agglomération sur la commune d'Yquelon, le règlement correspondant à celui de la ZPR n°4.

Ce précédent règlement local de publicité n'autorisait la publicité qu'en zone ZPR n°4 et par conséquent ZPE n°2 mais, par contre, ne réglementait pas les enseignes murales, les enseignes à drapeau (en dehors de la ZPR n°1), le mobilier urbain ou l'affichage d'opinion. La publicité lumineuse n'était pas abordée.

6.2.2 Le recensement des publicités, enseignes et préenseignes

6.2.2.1 Le nombre de dispositif et la répartition sur le territoire

Au total, sur le territoire de Granville Terre et Mer, 7791 dispositifs ont été recensés, dont 4953 enseignes (63,6% des dispositifs), 1962 publicités (25,2%) et 876 préenseignes (11,2%).

Un tiers des dispositifs recensés sur le territoire de Granville Terre et Mer se situe sur le territoire de la ville de Granville (2598 dispositifs se répartissant en 2073 enseignes, 439 publicités et 86 préenseignes). Suivent ensuite les communes de Saint-Pair-sur-mer (12,2% des dispositifs se répartissant en 626 enseignes, 211 publicités et 112 préenseignes), Bréhal (9,7% des dispositifs se répartissant en 461 enseignes, 170 publicités et 122 préenseignes).

Ces trois communes comptent à elles-seules plus de la moitié des dispositifs.

Les plus fortes concentrations en matière de publicité et préenseignes sont à Granville (525 dispositifs), Saint-Pair-sur-mer (323 dispositifs), Bréhal (292 dispositifs), Jullouville (218 dispositifs), Yquelon (149 dispositifs) et Donville-les-Bains (144 dispositifs).

La plus forte concentration d'enseignes se situe à Granville (2073 dispositifs dont 1409 en centre-ville), Saint-Pair-sur-mer (626 dispositifs), Bréhal (461 dispositifs), La Haye-Pesnel (273 dispositifs), Donville-les-Bains (251 dispositifs), Jullouville (227 dispositifs) et Yquelon (173 dispositifs).

6.2.2.2 La taille des dispositifs existants

Taille dispositif	Nombre dispositifs	Pourcentage de l'ensemble	Enseignes	Publicité et préenseignes
petit (inférieur à 1 m ²)	3491	44,8%	1750	1741
Moyen (entre 1 m ² et 2,5 m ²)	3244	41,6%	2422	822
Grand (entre 2,5 et 8 m ²) et très grand (supérieur 8 m ²)	1056	13,6%	781	275

Les 275 grandes et très grandes publicités représentent 9,7 des publicités et 3,5% de l'ensemble des dispositifs.

6.2.2.3 Les dispositifs situés dans les secteurs à sensibilité patrimoniale et/ou environnementale

Le recensement montre qu'il y a 1754 dispositifs dans les secteurs à sensibilité patrimoniale et/ou environnementale.

Secteurs à sensibilité patrimoniale et/ou environnementale	Enseignes	Préenseignes	Publicités
Monuments historiques	31	0	5
Site classé	36	3	6
Périmètre 500m monument historique	1332 (dont 36 en site inscrit)	99 (dont 1 en site inscrit)	229 (dont 16 en site inscrit)
Site patrimonial remarquable	32(dont 28 en site inscrit)	0	5 (également en site inscrit)
Site inscrit	36	4	25
Site Natura 2000	15	0	6 (dont 4 en site inscrit)

6.2.2.4 Les dispositifs altérant la qualité des entrées de ville

Parmi les secteurs devant être « retravaillés » il y a les entrées de ville. Il est retenu 3 entrées de ville de mauvaise qualité. Il s'agit :

- à Granville, l'entrée route de Villedieu ;
- à Saint-Pair-sur-mer, l'entrée en venant de Jullouville ;
- à Beauchamps, au niveau de la zone d'activité économique.

6.2.2.5 Les dispositifs illégaux par rapport au RNP et RLP

Sur les 7791 dispositifs recensés, 1675 sont illégaux du fait des critères suivants :

- Hors agglomération : 457 dispositifs ;
- Sur clôture ajourée : 200 dispositifs ;
- Sur poteau électrique : 186 dispositifs ;
- Bâche publicitaire : 134 dispositifs ;
- Dispositifs dégradés (non lisibles, mauvais état, sale) : 104 dispositifs ;
- Arbre ou haie : 84 dispositifs ;
- Cessation d'activité : 63 dispositifs ;
- Balcon et fenêtre : 62 dispositifs ;
- Débords de toiture, de clôture : 57 dispositifs ;
- Posé au sol : 45 dispositifs ;

- Sur toiture : 36 dispositifs ;
- Scellé au sol : 34 dispositifs ;
- Hauteur : 30 dispositifs ;
- Panneau de signalisation : 30 dispositifs ;
- Densité : 18 dispositifs ;
- Situé dans le périmètre d'une protection environnementale et patrimoniale :
 - sur un bâtiment inscrit ou classé au titre des monuments historiques ou dans leur abords (500 m) : 325 dispositifs ;
 - dans un site inscrit ou classé : 36 dispositifs ;
 - en zone Natura 2000 : 5 dispositifs

Pour les 7 communes ayant le plus de dispositifs sur leur territoire :

Commune	Nombre total de dispositifs	Nombre de dispositifs illégaux	% par rapport au nombre de la commune
Bréhal	753	118	15,7%
Donville-les-Bains	395	116	29,4%
Granville	2598	348	13,4%
Jullouville	445	137	30,8%
La Haye-Pesnel	333	67	20,1%
Saint-Pair-sur-Mer	949	168	17,7%
Yquelon	322	23	7,1%

Par contre, c'est dans les plus petites communes que le pourcentage de dispositifs illégaux est important :

Commune	Nombre total de dispositifs	Nombre de dispositifs illégaux	% par rapport au nombre de la commune
Bréville-sur-Mer	164	86	52,4%
Équilly	23	12	52,2%
Folligny	135	81	60,0%
Hocquigny	10	9	90,0%
Munéville-sur-Mer	23	17	73,9%
Saint-Aubin-des-Préaux	43	29	67,4%

6.3 Les orientations du RLPi

La délibération du 29 mai 2018, prescrivant le RLPi avait retenu les objectifs suivants :

- Protéger et mettre en valeur le patrimoine architecturale, naturel et paysager ;
- Adapter la réglementation nationale au territoire ;
- Mettre en valeur les entrées de villes.
- Assurer la qualité paysagère des axes structurants (GranvilleAvranches, Granville-Coutances, Granville-Villedieu, le futur projet de 2x2 voies).

Après étude du diagnostic, il a été décidé de retenir des orientations générales, des orientations spécifiques aux publicités et des orientations spécifiques aux enseignes. Ces orientations ont été débattues au sein des conseils municipaux et du conseil communautaire de Granville Terre et Mer (délibération du 9 février 2023).

6.3.1 Les orientations générales

Elles se déclinent en 5 points :

- Améliorer la qualité des entrées de ville le long des axes structurants, en limitant les dispositifs publicitaires sur ces axes ;
- Prendre en considération les secteurs de concentration des activités économiques : zones d'activités économiques (commerciales, artisanales, etc.) et les centres-bourgs dynamiques ;
- Centrer la réflexion autour des secteurs de concentration en privilégiant l'application du règlement national de publicité (RNP) pour les communes peu concernées par l'affichage publicitaire ;
- Porter une attention particulière aux richesses patrimoniales, paysagères ou environnementales reconnues et de qualité sur le territoire ;
- Définir des règles permettant de garantir le bon état des dispositifs publicitaires (entretien, matériaux, etc.).

6.3.2 Les orientations publicités

Elles se déclinent en 7 points :

- Apporter une réglementation particulière et adaptée à l'entrée de ville de Granville, notamment le long de la RD 924 et de la RD 973.
- Maintenir des coupures paysagères entre agglomération, en interdisant les publicités hors agglomération.
- Réglementer la publicité lumineuse et/ou numérique pour des raisons écologiques et économiques

- Prendre en compte l'offre touristique dense et variée matérialisée via les préenseignes temporaires, en permettant leur affichage, tout en limitant leur temporalité.
- Autoriser la publicité sur le mobilier urbain (notamment les abris de bus), pour répondre à des problématiques de coût d'entretien de ce mobilier urbain.
- Limiter l'impact visuel des publicités murales.
- Prévoir une réglementation adaptée pour les dispositifs sur clôture (taille, temporalité, etc.)

6.3.3 Les orientations enseignes

Elles se déclinent en 5 points :

- Préserver et valoriser le Site patrimonial remarquable (SPR) de Granville et plus généralement le centre-ville de Granville, en appliquant une réglementation qui concilie la préservation du cadre architectural et paysager et l'information et l'affichage des enseignes.
- Réglementer la densité et le nombre de dispositifs par activité afin de limiter l'impact et la nuisance visuelle que représente la multiplication d'enseignes pour une activité commerciale.
- Reprendre les règles du RNP quand elles sont pertinentes et les adapter seulement si nécessaire, dans une optique de faciliter la lisibilité de la réglementation.
- Limiter l'éclairage des enseignes et des vitrines pour des raisons écologiques et économiques.
- Permettre l'information et les enseignes au sein des zones résidentielles agglomérées, afin de favoriser la mixité fonctionnelle et assurer la visibilité des activités

6.4 La concertation

6.4.1 La concertation arrêtée lors de la prescription de l'élaboration du

RLPi

La délibération du 31 mai 2018 précisait :

« Les objectifs de la concertation sont de permettre à tous et tout au long de la procédure d'élaboration du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) et ce jusqu'à son arrêt par le conseil communautaire d'avoir accès à l'information, de s'approprier le projet de territoire et de contribuer à la réflexion en l'alimentant et en formulant des observations et des propositions. La concertation sera organisée par débat public avec tous les outils afférents pour qu'il soit transparent, argumenté et constructif ».

Elle prévoyait :

La création d'outils de communication permettra une bonne accessibilité à l'information avec :

- Une information tout au long de la procédure sur une page dédiée du site internet de la communauté de communes ;
- La publication d'articles dans les bulletins intercommunaux et communaux et dans la presse locale sur la démarche et son avancement.

Concernant l'organisation de la participation citoyenne, elle sera, au strict minimum, composée d'une :

- Réunion de concertation avec les acteurs concernés en phase diagnostic ;
- Réunion publique de présentation de diagnostic et des orientations avant enquête publique ;
- Exposition d'information sur le RLPi ;
- Ouverture d'un registre d'observations tenu à disposition du public, au pôle de Bréhal et dans les mairies des communes membres.

Par ailleurs, le conseil communautaire précisait que « Les modalités de concertation énumérées ci-dessus, sont fixées à minima afin que le bureau d'études puisse formuler, des propositions supplémentaires et innovantes dans le cadre de sa mission de base. Le bureau d'études apportera dans sa proposition et en plus des outils classiques de la concertation : le détail, le type et le nombre de réunions, les publics ciblés, les supports envisagés, le phasage approximatif des réunions dans le temps du projet. Le bureau d'études sera chargé de l'élaboration des documents nécessaires à la concertation ainsi que de la préparation et l'animation des réunions publiques de concertation, avec le soutien de la collectivité »

6.4.2 La concertation réalisée

6.4.2.1 L'information du public

L'information du public a été faite par :

- la création d'une page sur le site internet de la communauté de communes
- la création d'une information sur le site internet de la ville de Granville dédié à la participation citoyenne : www.participons-granville.fr
- la mise à disposition de documents téléchargeables sur le site de Granville Terre et Mer ;
- l'organisation d'une exposition itinérante, comprenant deux panneaux, complétés par une note explicative, le registre de concertation et le rapport de présentation au siège de la communauté de communes et dans les mairies de Bréhal, Donville-les-Bains, Granville, Saint-Pair-sur-mer.
Cette exposition a été annoncée sur les sites internet
 - « infolocale.fr » (2 parutions),
 - de Granville Terre et Mer (1 parution),

- « Granville.maville »
 - les sites Facebook de Granville Terre et Mer (2 parutions), Donville-les-Bains (1 parution),
 - de Saint-Pair-sur-mer
- Cette exposition a fait l'objet de deux annonces dans le journal « Ouest-France ». Elle a été présente au siège de la communauté de communes pendant 3 semaines, est restée plus d'un mois et jusqu'à un mois et demi dans les mairies citées ci-dessus ;
- la réalisation d'un « 4 pages » (deux versions dans le temps) destinés aux élus, aux habitants et mis à disposition au siège de la communauté de communes, au pôle urbanisme de Bréhal et dans les mairies du territoire) ;
 - la parution d'un article dans le bulletin « Granville Terre et Mer le mag » et d'un article dans chacun des journaux municipaux de Saint-Pair-sur-Mer, Yquelon et Granville ;
 - la parution de deux articles dans « Ouest-France ».

6.4.2.2 La concertation avec les acteurs concernés ;

Trois rencontres ont été organisées avec les acteurs de la publicité les 25 octobre 2022, 5 septembre 2023 et 24 octobre 2023.

Les professionnels ayant participé à l'une ou plusieurs de ces réunions sont :

- Cadres blancs Afficheurs ;
- France média Systèmes
- Affiouest
- APS Granville
- SRAL SNA (Société Normande d'Affichage)
- JC Decaux
- UPE Avenex – JC Decaux
- Urban Connect
- Clear Channel
- Exterion média

Il est à noter que ces trois réunions ont eu lieu avant l'arrêt du projet le 30 novembre 2023.

6.4.2.3 La tenue d'une réunion publique

La réunion publique s'est tenue le 28 février 2023. Elle a été annoncée par les journaux Ouest-France et la Manche Libre. Elle a été suivie de deux articles également retraçant les débats.

Au cours de cette réunion, il y a eu une vingtaine de personnes selon GTM et une quinzaine selon la presse, principalement des acteurs de la publicité.

6.4.2.4 La mise à disposition de registres de concertation

Des registres de concertation ont été déposés au siège de la communauté de communes, au pôle urbanisme de Bréhal et dans les mairies des 32 communes du territoire.

Il n'y a eu aucune observation sur ces registres.

Le bilan de la concertation mentionne que le président de la communauté de communes a été destinataire de 16 courriers, 14 de la part de publicistes, 1 courrier de la préfecture « réponse à un courrier de monsieur Schmitt sur les conséquences économiques de l'entrée en vigueur des RLPi pour les petites et moyennes entreprises de publicité extérieure et 1 de l'association « Paysages de France ».

6.4.2.5 Les autres actions menées

La seule action complémentaire menée est la tenue d'un « micro trottoir » réalisé en juillet 2022 dans le centre de Jullouville, rue Couraye à Granville et route de Villedieu à Granville.

Sur chaque lieu, une dizaine de personnes ont été interrogées sur les 5 points suivants :

- combien de publicités voyez-vous ?
- quelle publicité attire le plus votre œil ?
- quelles sont celles qui vous dérangent ?
- que vous évoque le mot « publicité » ?
- quels sont les secteurs où il faudrait être le plus attentif à la publicité ?

Il est précisé dans le bilan de la concertation que de « manière générale, le nombre de publicité était juste. Les publicités lumineuses, les publicités numériques, les publicités aux abords des ronds-points ont été citées pour celles qui dérangent le plus. Les secteurs où une vigilance est à porter sont en majorité les centres-villes ».

6.4.2.6 Les personnes publiques associées

Dans son bilan de la concertation, Granville Terre et Mer mentionne la réunion du 25 octobre 2022 avec les personnes publiques associées où étaient présents les services de l'Etat, les représentants du Département et la communauté d'agglomération Mont Saint-Michel Normandie.

6.4.2.6 Le bilan de l'efficacité des outils de concertation mis en place

Le bilan fait état d'un bilan positif pour la communication d'information, pour les temps d'échange à l'exception de la réunion publique où le bilan est considéré moyen du fait de la présence d'une quinzaine de personnes, sur les observations transmises à l'exception d'un bilan mitigé pour les registres sur lesquels il n'y a eu aucune observation.

Remarque du commissaire-enquêteur :

Concernant la concertation avec le public, les modalités précisées dans la délibération de prescription sont respectées. Celles-ci étaient annoncées « à minima ». La seule action complémentaire menée est celle des l'organisation d'un micro trottoir (une trentaine de personnes).

Je me suis personnellement mise dans les conditions du questionnaire : je ne suis pas certaine qu'en étant interrogée dans les centres-villes de Jullouville ou Granville, j'aurais abordé spontanément la publicité numérique (très peu répandue sur le territoire) ou encore autour des ronds-points. Enfin, tel que rédigé, le questionnaire semble écarter les enseignes.

Concernant la concertation avec les acteurs concernés, celle-ci s'est limitée aux publicistes. Il aurait pu être judicieux d'ouvrir cette concertation aux commerçants et artisans de la communauté de communes, qui étaient concernés au titre des enseignes qui représentent 63,6% des dispositifs. Il est à noter que pour avoir rencontré quelques commerçants, dont un concessionnaire automobile, ceux-ci m'ont dit ne pas être concernés parce qu'ils n'avaient que des enseignes et qu'ils n'avaient pas recours à la publicité.

Concernant les personnes publiques associées, on ne peut pas parler de concertation, au sens réel de celle-ci.

7. EXAMEN DU PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (PROJET ARRÊTE)

7.1 La limite des agglomérations

L'article L581-7 du code de l'environnement précise : « En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite ».

Il est donc nécessaire que les limites des agglomérations soient fixées par les maires des différentes communes.

Le dossier produit les arrêtés municipaux de 31 communes. L'arrêté du maire d'Equilly n'est pas produit. Il n'y a donc pas d'agglomération pour cette très petite commune.

7.2 La définition des zonages

L'article L581-14 du code de l'environnement dispose que « sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national ».

La communauté de communes de Granville Terre et Mer a défini la partie de territoire sur laquelle s'appliqueront le RLPi et le RNP (communes de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Granville, Jullouville, La Haye-Pesnel, Saint-Pair-sur-mer et Yquelon) et le reste du territoire soumis au seul Règlement National de Publicité.

- Dans le cadre de son projet de RLPi, la communauté de communes retient cinq zones :
- la zone ZP0, zone à sensibilité paysagère et patrimoniale (couleur verte) ;
 - la zone ZP1, zone dédiée au centre-ville élargi de Granville et au bourg de Saint-Pair-sur-mer (couleur orangé) ;
 - la zone ZP2, zone résidentielle (couleur bleue) ;
 - la zone ZP3, zone de centres-bourgs et le long des axes routiers ou portes d'entrée du territoire (couleur rose) ;
 - la zone ZP4, zone d'activités économiques (couleur violet).

En dehors de ces zonages définis sur les plans, les communes possèdent des zones « blanches » au sein desquelles le Règlement National de Publicité s'applique.

7.2.1 La zone ZP0

Le projet prévoit que soient classés dans cette zone les sites Natura 2000 présents sur le territoire concerné, les sites classés, les sites inscrits (en dehors d'une partie de la Haute Ville à Granville), les abords des monuments historiques.

Commentaire du commissaire-enquêteur : Les sites Natura 2000 (en dehors des zones urbanisées) sont bien inclus dans la zone ZP0. Il en est de même pour les sites classés et inscrits à l'exception toutefois d'une partie de la Haute Ville de Granville, ce qui n'est pas motivé dans le rapport de présentation.

Contrairement à la description faite dans le rapport de présentation, à Granville, le périmètre de certains monuments historiques n'est pas pris en compte et se fonde dans le zonage défini en fonction des autres critères. C'est le cas pour l'église Notre-Dame du Cap Lihou, le château de Grainville, l'ancienne porte de ville de l'enceinte, l'enceinte de la Haute Ville, le corps de garde de la jetée, le Casino, le manoir Saint-Nicolas. Le nombre de sites classés ou inscrits dans le secteur de la Haute Ville mériterait de classer la totalité de ce Haute Ville en zone ZP0.

7.2.2 La zone ZP1

Cette zone comprend le SPR de Granville, son centre-ville élargi, les différentes polarités commerciales de Granville et également les centres-villes présentant un intérêt patrimonial (Saint-Pair-sur-Mer).

Commentaire du Commissaire-enquêteur : Le zonage apparaît cohérent, à l'exception toutefois du secteur de la Haute Ville, qui mériterait d'être inclus dans la zone ZP0.

7.2.3 La zone ZP2

Cette zone couvre les zones de bâti résidentiel intégrées dans les limites d'agglomération qui ne sont pas classées dans une autre zone, et pour lesquelles une réglementation particulière et adaptée en matière de publicité et d'enseigne est prévue. Cette ZP2 s'applique uniquement au sein des communes de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Granville, Jullouville, La Haye-Pesnel, Saint-Pair-sur-Mer et Yquelon.

Commentaire du commissaire-enquêteur : Il existe au sein de la zone ZP2, à Donville-les-Bains, une zone artisanale/commerciale au sein de laquelle se situent les établissements MFP Monceau (PME du Bâtiment) et MB Nautic. Un classement plus adapté devrait être retenu pour ce secteur, comme c'est le cas pour certains supermarchés de Granville ou pour le Super U de Bréhal.

7.2.4 La zone ZP3

Cette zone englobe les principaux centres-bourgs de Bréhal, Cérences, Jullouville et La Haye-Pesnel. Cette zone comprend également les abords des axes routiers structurants sur le territoire : RD 971, RD 973, RD 13, RD 911, RD 7. Le secteur du Port de Granville est intégré à cette zone aux motifs qu'il s'agit de la porte d'entrée par la mer, que des activités économiques sont implantées et, que de ce fait, il nécessite un affichage adapté.

Commentaire du commissaire-enquêteur : La zone ZP3 n'appelle pas de remarque de ma part.

7.2.5 La zone ZP4

Le règlement précise que cette zone correspond aux zones d'activités économiques présentes sur les communes de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Granville, Jullouville, La Haye-Pesnel, Saint-Pair-sur-Mer et Yquelon. Elle comprend les zones industrielles, artisanales et commerciales, comprises au sein des limites d'agglomération. Elle comprend également, au sein des zones agglomérées, les abords de la RD 924 à cheval entre Yquelon et Granville.

Commentaire du commissaire-enquêteur :

Tout d'abord, il convient de préciser que l'examen du zonage montre qu'il n'y a pas de zone ZP4 sur le territoire des communes de Jullouville et de La Haye-Pesnel.

La zone ZP4 n'appelle pas de remarque de ma part hormis le fait que le secteur d'implantation des établissements MFP Monceau et MB Nautic inclus dans la zone dite « résidentielle ». Un classement plus adapté devrait être retenu pour ce secteur, comme c'est le cas pour certains supermarchés de Granville ou pour le Super U de Bréhal.

On peut également s'interroger sur la non-intégration en zone ZP4 de la zone du Poirier à Saint-Pair-sur-mer alors que celle-ci est dans le prolongement de la zone du Croissant. Toutefois, il faut bien constater qu'elle se trouve en dehors de la zone agglomérée, qui est cohérente, et que de ce

fait elle ne peut être intégrée en zone ZP4 mais relève du règlement national de publicité, qui permet la pose d'enseignes.

7.3 Le règlement concernant les publicités et préenseignes

Le règlement écrit comporte des dispositions générales puis un règlement pour les publicités et préenseignes en fonction des zones puis un règlement pour les enseignes toujours en fonction des zones.

7.3.1 Les dispositions générales

Dans les dispositions générales, le **règlement interdit** :

- les dispositifs publicitaires installés sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les installations d'éclairage public, les équipements concernant la circulation routière et ferroviaire ;
- les dispositifs apposés en toiture ou toiture-terrasse, sur les terrasses et balcons, sur les marquises ou auvents, les volets, garde-corps, barre d'appui de fenêtre ou tout élément de ferronnerie ;
- la publicité projetée, écrite ou apposée au sol ;
- la publicité sur véhicules terrestres ayant la seule vocation publicitaire sauf s'il s'agit de dispositifs temporaires pour une manifestation ou événement culturel, sportif ou touristique ;
- les publicités scellées au sol dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants, au sein des espaces boisés classés ainsi que des zones naturelles des documents d'urbanisme.

Les dispositions générales soumettent les dispositifs de petite taille, inférieurs à 1 m² au respect du règlement du RLPi.

Les dispositions générales traitent des matériaux et support. Il interdit les dispositifs ayant plus de 2 faces, l'usage de plastiques souples pour les publicités et préenseignes, excepté les dispositifs temporaires et le débord du cadre. Il limite l'épaisseur des dispositifs à 0,30 cm (hors mobilier urbain), Il oblige l'habillage du dos des dispositifs simple face, le dos à dos rigoureux sans espace visible pour les dispositifs double face, les couleurs neutres et mates, l'entretien, la résistance aux phénomènes météorologiques, l'amovibilité ou la non visibilité des dispositifs de pose et de dépose. Enfin, les dispositifs doivent s'intégrer à leur environnement.

Les dispositions générales obligent à l'entretien et la dépose du dispositif sans laisser de trace des ancrages.

A défaut de précision dans le règlement des différentes zones, la hauteur maximale des dispositifs au sol ou muraux est de 6 mètres.

Les préenseignes temporaires peuvent être réalisées sur des bâches qui ne sont installées que 3 semaines avant l'évènement et retirées dans la semaine suivant la fin de celui-ci.

Il est rappelé que la densité se calcule en fonction des mètres linéaires en prenant en compte le linéaire de l'unité foncière bordée par la voie et que si l'unité foncière est bordée par deux voies, les longueurs ne sont pas cumulables.

Les publicités lumineuses ou numériques sont interdites dans les communes de moins de 10 000 habitants et que dans les villes de plus de 10 000 habitants, les publicités lumineuses ne sont autorisées qu'en zone ZP4 et doivent être éteintes de 21 heures à 7 heures. Dans les villes de plus de 10 000 habitants, les publicités numériques sont autorisées uniquement en zone ZP4 sous conditions.

Commentaire du commissaire-enquêteur : Les dispositions générales apparaissent cohérentes. Toutefois, il convient de rectifier la règle de densité, qui doit se calculer en tenant compte du cumul des linéaires de voie, qui bordent l'unité foncière (CAA Nancy 18 mai 2017, RLP Vandoeuvre-lès-Nancy).

7.3.2 Le règlement de la zone ZP0 pour la publicité et les préenseignes

Pour cette zone à sensibilité paysagère et patrimoniale, le règlement interdit les dispositifs scellés au sol, apposés sur les murs, apposés sur une clôture, les publicités lumineuses, les publicités numériques, les publicités lumineuses et/ou numériques à l'intérieur des vitrines, les publicités sur bâches.

Sont uniquement autorisés :

- les dispositifs installés au sol uniquement sous forme de chevalet (0,8m de largeur et 1 m de hauteur maximum et dans la limite d'un dispositif par activité et par voie ouverte à la circulation),
- la publicité sur le mobilier urbain (2 faces limitées chacune à 2,1 m² de surface utile) sauf pour les colonnes culturelles ;
- les préenseignes dérogatoires (0,5m x 1m).

Commentaire du commissaire-enquêteur : Le règlement est strict mais les enjeux sont importants car on y retrouve les sites classés, inscrits. Dans les zones ZP0, notamment dans la Haute ville, où la publicité est interdite à juste titre du fait du site inscrit et du nombre de monuments historiques, il n'y a pas lieu de permettre l'introduction de la publicité sur le mobilier urbain, qui au contraire doit être le plus neutre possible pour permettre de s'imprégner du lieu, de son caractère historique et patrimonial.

Dans le règlement deux points interpellent et ils se répètent pour l'ensemble des zones :

1/ l'autorisation d'un chevalet (0,80 m x 1m) si l'on dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public. Or, dès lors qu'on dispose d'une telle autorisation, les dispositifs, si y sont affichés les produits liés à l'activité, relèvent du régime des enseignes.

Cette rédaction exclut en réalité tout dispositif extérieur posé au sol dès lors qu'il n'y a pas d'autorisation de voirie.

2/ la superficie de publicité accordée au mobilier urbain est supérieure celle définie dans le règlement national de publicité et cela pour toutes les zones. Le règlement prévoit 2,10 m² (surface utile) sur 2 faces soit 4,2 m² quelle que soit la superficie de l'abri voyageur. Or le règlement national précise quant à lui que l'affichage publicitaire est de 2m² unitaire + 2m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol (R581-43 du code de l'environnement). Ce choix n'est pas motivé dans le rapport de présentation. Or, il existe bien un motif qui conduit à retenir un format aussi précis (2,10 m²).

Concernant le règlement de la zone, il y a lieu de souligner que la publicité est autorisée **que** sur le mobilier urbain et pour les préenseignes dérogatoires. Ce choix d'introduire de la publicité dans le site inscrit notamment de la Haute Ville et à proximité de monuments historiques est insuffisamment motivé dans le rapport de présentation.

A mon sens, dans ce lieu historique, architectural et patrimonial, la publicité n'a pas sa place, surtout sur du mobilier urbain, qui devrait au contraire s'intégrer le plus possible dans le paysage.

7.3.3 Le règlement de la zone ZP1 pour la publicité et les préenseignes

Cette zone dédiée aux centres-villes présentant un intérêt patrimonial. Il s'agit du centre-bourg de Saint-Pair-sur-mer (église inscrite au titre des monuments historiques) et du centre élargi de Granville pour ses qualités architecturales, paysagères et historiques.

le règlement interdit :

- tout dispositif dans un rayon de 45 mètres par rapport au centre d'un rond-point à l'exception des publicités sur mobilier urbain et des bâches temporaires annonçant un évènement ou une manifestation ;
- les dispositifs scellés au sol, apposés sur les murs, apposés sur une clôture, les publicités lumineuses, les publicités numériques.

Sont uniquement autorisés :

- les dispositifs installés au sol uniquement sous forme de chevalet (0,8m de largeur et 1 m de hauteur maximum et dans la limite d'un dispositif par activité et par voie ouverte à la circulation) ou si l'activité dispose d'une autorisation de voirie ;
- la publicité sur le mobilier urbain (2 faces limitées chacune à 2,1 m² de surface utile) sauf pour les colonnes culturelles pour lesquelles la surface n'est pas limitée ;
- la publicité numérique et/ou lumineuse à l'intérieur des vitrines pour les communes de plus de 10 000 habitants dans la limite d'un format A3 hors encadrement et d'être éteintes en dehors des heures d'ouverture (hors pause méridienne), la luminescence ne pouvant pas dépasser 500 candélas /m² de jour et 400 de nuit.
- la publicité temporaire sur bâche à la condition qu'elle annonce un événement culturel ou d'intérêt général ponctuel ou que le dispositif participe à la sécurisation d'un chantier ou de travaux (la durée du dispositif ne peut être supérieure à la durée du chantier, la publicité ne peut excéder 8 m² et la distance entre deux bâches est au minimum de 100 mètres) ;
- les préenseignes dérogatoires (0,5m x 1m).

Commentaire du commissaire-enquêteur : Compte tenu de la définition de la zone, il y a un réel intérêt à limiter la publicité. Le secteur est très marqué par le petit commerce, dont quelques agences immobilières. De ce fait, il est logique d'encadrer la publicité et de la limiter à l'activité économique présente sur le secteur, qui le fait vivre et le dynamise.

Tout dispositif est interdit dans un rayon de 45 m à partir du centre d'un rond-point, à l'exception de celle portée par le mobilier urbain.

La publicité installée au sol est conditionnée à l'obtention d'une autorisation de voirie, avec l'obligation de ne recourir qu'à un seul type de dispositif aux dimensions restreintes, excluant par exemple les pupitres « porte-menu ».

La publicité sur mobilier urbain est supérieure à la surface autorisée par le règlement national.

La publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines est autorisée et en même temps limitée, ce qui répond aux besoins des commerçants.

7.3.4 Le règlement de la zone ZP2 pour la publicité et les préenseignes

Cette zone correspond au bâti résidentiel dans les limites des agglomérations qui ne sont pas classées dans une autre zone. Elle s'applique uniquement sur les territoires des communes de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Granville, Jullouville, La Haye-Pesnel, Saint-Pair-sur-mer et Yquelon.

Pour cette zone résidentielle le règlement interdit :

- tout dispositif dans un rayon de 45 mètres par rapport au centre d'un rond-point à l'exception des publicités sur mobilier urbain et des bâches temporaires annonçant un évènement ou une manifestation ;
- les dispositifs scellés au sol, apposés sur les murs, apposés sur une clôture (sauf dispositifs temporaires d'une durée de 2 mois maximum et d'une surface totale de 0,25 m²), les publicités lumineuses, les publicités numériques, les publicités lumineuses et/ou numériques à l'intérieur des vitrines.

Sont uniquement autorisés :

- les dispositifs installés au sol uniquement sous forme de chevalet (0,8m de largeur et 1 m de hauteur maximum et dans la limite d'un dispositif par activité et par voie ouverte à la circulation si l'activité dispose d'une autorisation de voirie ;
- la publicité apposée sur une clôture occulte pour une durée de 2 mois maximum et d'une surface totale de 0,25 m² ;
- la publicité sur le mobilier urbain (2 faces limitées chacune à 2,1 m² de surface utile) sauf pour les colonnes culturelles pour lesquelles la surface n'est pas limitée ;
- la publicité numérique et/ou lumineuse à l'intérieur des vitrines pour les communes de plus de 10 000 habitants dans la limite d'un format A3 hors encadrement et d'être éteintes en dehors des heures d'ouverture (hors pause méridienne), la luminescence ne pouvant pas dépasser 500 candélas /m² de jour et 400 de nuit.
- la publicité temporaire sur bâche à la condition qu'elle annonce un évènement culturel ou d'intérêt général ponctuel ou que le dispositif participe à la sécurisation d'un chantier ou de travaux (la durée du dispositif ne peut être supérieure à la durée du chantier, la publicité ne peut excéder 8 m² et la distance entre deux bâches est au minimum de 100 mètres) ;

Commentaire du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre en compte le secteur résidentiel.

Il convient de constater que la publicité est quasi interdite dans la zone ZP2 mais est autorisée sur le mobilier urbain, dans les conditions évoquées plus haut.

7.3.5 Le règlement de la zone ZP3 pour la publicité et les préenseignes

La zone ZP3 correspond aux centres-bourgs de Bréhal, Cérences, Jullouville et La Haye-Pesnel et aux secteurs situés le long des axes routiers structurants ou aux portes d'entrée de ville.

Pour cette zone le règlement interdit :

- tout dispositif dans un rayon de 45 mètres par rapport au centre d'un rond-point à l'exception des publicités sur mobilier urbain et des bâches temporaires annonçant un évènement ou une manifestation ;
- les dispositifs scellés au sol, apposés sur une clôture (sauf dispositifs temporaires d'une durée de 2 mois maximum et d'une surface totale de 0,25 m²), les publicités lumineuses, les publicités numériques
- les publicités sur support muraux dès lors que les murs sont des murs traditionnels (pierre apparente, pierre meulière, bauge, etc.).

Sont uniquement autorisés :

- les dispositifs installées au sol uniquement sous forme de chevalet (0,8m de largeur et 1 m de hauteur maximum et dans la limite d'un dispositif par activité et par voie ouverte à la circulation) ou si l'activité dispose d'une autorisation de voirie ;
- les dispositifs de publicité sur les murs pour une surface totale de 4,7 m² pour les communes de moins de 10 000 habitants et 10,5 m² pour les communes de plus de 10 000 habitants. 2 dispositifs sont autorisés pour une unité foncière dont la longueur le long de la voie publique est inférieure ou égale à 80 m avec un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m. Aucune inter distance n'est imposée mais par contre, un seul mur support peut accueillir des publicités ;
- la publicité apposée sur une clôture occulte pour une durée de 2 mois maximum et d'une surface totale de 0,25 m² ;
- la publicité sur le mobilier urbain (2 faces limitées chacune à 2,1 m² de surface utile) sauf pour les colonnes culturelles pour lesquelles la surface n'est pas limitée ;
- la publicité numérique et/ou lumineuse à l'intérieur des vitrines pour les communes de plus de 10 000 habitants dans la limite d'un format A3 hors encadrement et d'être éteintes en dehors des heures d'ouverture (hors pause méridienne), la luminescence ne pouvant pas dépasser 500 candélas /m² de jour et 400 de nuit.
- la publicité temporaire sur bâche à la condition qu'elle annonce un évènement culturel ou d'intérêt général ponctuel ou que le dispositif participe à la sécurisation d'un chantier ou de travaux (la durée du dispositif ne peut être supérieure à la durée du chantier, la publicité ne peut excéder 8 m² et la distance entre deux bâches est au minimum de 100 mètres) ;

Commentaire du commissaire-enquêteur : Cette zone est, à juste titre, la zone de réintroduction de la publicité sous sa forme murale. Les surfaces autorisées sont celles du règlement national de publicité. Toutefois, est introduite une restriction sur le mur porteur : pas de publicité sur les murs traditionnels. Si la densité retenue est celle du règlement national, la règle d'implantation (1 seul mur support) réduit inévitablement le nombre de dispositifs muraux pour les unités foncières d'une longueur supérieure à 80 m, par rapport au règlement national.

7.3.6 Le règlement de la zone ZP4 pour la publicité et les préenseignes

Cette zone correspond aux zones d'activités économiques de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Granville, Jullouville, La Haye-Pesnel, Saint-Pair-sur-mer, Yquelon et aux abords de la RD 924.

Pour cette zone **le règlement interdit** :

- tout dispositif numérique dans un rayon de 100 mètres par rapport au centre d'un rond-point ;
- dans les communes de moins de 10 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés ou installés au sol, les publicités lumineuses, les publicités numériques, les publicités numériques et/ou lumineuses à l'intérieur des vitrines des commerces ;
- les publicités sur support muraux dès lors que les murs sont des murs traditionnels (pierre apparente, pierre meulière, bauge, etc.) ;
- les dispositifs apposés sur une clôture non aveugle ou constituée de végétaux ou sur les murs traditionnels (pierre apparente, pierre meulière, bauge, etc.) ;
- les dispositifs publicitaires permanents sur bâche.

Sont autorisés :

- dans les communes de plus de 10 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés ou installés au sol avec une surface maximale de 10,5 m². 2 dispositifs sont autorisés pour une unité foncière dont la longueur le long de la voie publique est inférieure ou égale à 80 m avec un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m. Il est demandé une distance de 50 mètres entre les dispositifs ou bien qu'ils soient regroupés (un dispositif double face de même dimension, rigoureusement dos à dos, sans séparation visible, ne compte que pour un dispositif) ;
- les dispositifs de type « chevalets » apposés au sol, sous réserve de disposer d'une autorisation d'occupation du domaine public ;
- 1 dispositif de type « chevalet » d'une superficie de moins d'1 m² par activité et par voie ouverte à la circulation bordant l'activité (dimensions maximales de 0,8 m de largeur x 1 m de hauteur) ;
- les dispositifs muraux avec une superficie maximale par façade de 4,7 m² dans les communes de moins de 10 000 habitants et de 10,5 m² pour les communes supérieures à 10 000 habitants. 2 dispositifs sont autorisés pour une unité foncière dont la longueur le long de la voie publique est inférieure ou égale à 80 m avec un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m. Aucune inter distance n'est imposée mais par contre, un seul mur support peut accueillir des publicités ;
- la publicité apposée sur une clôture occulte pour une durée de 2 mois maximum et d'une surface totale de 0,25 m² ;
- la publicité sur le mobilier urbain (2 faces limitées chacune à 2,1 m² de surface utile) sauf pour les colonnes culturelles pour lesquelles la surface n'est pas limitée ;
- la publicité lumineuse dans les communes de plus de 10 000 habitants sous condition d'être éteintes de 21 heures à 7 heures (dérogations pour le mobilier urbain

- (type abribus), où le dispositif lumineux doit être éteint à la fin du service de transport s'il prend fin après 21 heures (la luminescence ne doit pas dépasser 500 candélas /m² de jour et 400 de nuit) ;
- la publicité numérique dans les communes de plus de 10 000 habitants à la condition que leur superficie soit inférieure à 2 m² et d'être éteinte entre 21 heures et 7 heures (la luminescence ne doit pas dépasser 500 candélas /m² de jour et 400 de nuit). Pour les unités foncières dont la longueur le long de la voie publique est supérieure à 80 m, a un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m est admis. Une distance de 50 m doit être respectée entre les dispositifs ou alors ceux-ci peuvent être regroupés ;
 - la publicité numérique et/ou lumineuse à l'intérieur des vitrines pour les communes de plus de 10 000 habitants dans la limite d'un format A3 hors encadrement et d'être éteintes en dehors des heures d'ouverture (hors pause méridienne), la luminescence ne pouvant pas dépasser 500 candélas /m² de jour et 400 de nuit.
 - la publicité temporaire sur bâche à la condition qu'elle annonce un événement culturel ou d'intérêt général ponctuel ou que le dispositif participe à la sécurisation d'un chantier ou de travaux (la durée du dispositif ne peut être supérieure à la durée du chantier, la publicité ne peut excéder 8 m² et la distance entre deux bâches est au minimum de 100 mètres) ;

Commentaire du commissaire-enquêteur : Il s'agit des grandes zones économiques, qui par destination ne sont donc pas résidentielles. C'est dans ce secteur que la réglementation (à l'opposé de la zone ZP0) doit être la plus ouverte pour répondre à la vocation économique, commerciale du secteur. Le rapport de présentation précise « L'identification et la dénomination des zones ne sont pas le fruit du hasard, en effet, elles sont classées par ordre de restriction. Ainsi, la zone ZP0 est la zone la plus restrictive en matière de publicité et/ou d'enseigne, alors que la zone ZP4 est la zone la plus permissive ».

Il n'y a plus de distance de recul autour des ronds-points pour la publicité à l'exception de la publicité numérique pour laquelle la distance est de 100 mètres. Ceci interpelle dans la mesure où cette distance d'interdiction est motivée par le risque d'éblouissement des conducteurs, risque qui devrait être maîtrisé par l'atténuation de l'intensité lumineuse et non l'interdiction du procédé, d'autant que ce risque existerait en dehors des ronds-points. De plus, il faut avoir conscience que dans la principale zone ZP4, il y a un rond-point tous les 350 mètres environ, ce qui laisse entre chaque rond-point un linéaire de 150 mètres ouvert à la publicité numérique.

Pour la publicité posée au sol est toujours subordonnée à l'obtention d'une autorisation de voirie. La publicité scellée au sol est autorisée dans la ville de plus de 10 000 habitants. Il est demandé une distance de 50 m entre ces dispositifs ou leur regroupement.

La publicité murale est acceptée dans les conditions précisées en secteur ZP3 avec des surfaces autorisées correspondant à celles du règlement national mais avec une règle d'implantation (1 seul mur support) qui réduit inévitablement le nombre de dispositifs muraux pour les unités foncières d'une longueur supérieure à 80 m, par rapport au règlement national.

La publicité lumineuse est autorisée dans la ville de plus de 10 000 habitants avec des horaires d'extinction plus importants que ceux du règlement national, ce qui est justifié.

La publicité numérique est autorisée dans la limite de 2m², soit le ¼ de la superficie autorisée par le règlement national. Il est à noter que la superficie de 2 m² correspond à la superficie de la publicité sur les abris pour voyageurs.

A mon sens, dans une zone d'activités économiques, les conditions données à la publicité numériques sont extrêmement restreintes, ce qui n'est pas justifié à la hauteur de la limitation.

7.4 Le règlement concernant les enseignes

7.4.1 Les dispositions générales

Dans les dispositions générales, le **règlement interdit** :

- l'implantation d'enseignes sur les arbres, plantations ou haies, sur les balcons, les stores (sauf les lambrequins) et les marquises, les volets, les garde-corps, barre d'appui de fenêtre ou tout élément de ferronnerie ;
- l'utilisation de bâches ou de plastique souple pour les enseignes permanentes ;
- les enseignes animées (clignotantes, défilantes ou laser) à l'exception de celles de pharmacies ou autres services d'urgence qui bénéficient de 2 dispositifs clignotant par voie ouverte à la circulation publique qui les bordent ;
- les enseignes numériques sur l'ensemble du territoire.

Les dispositions générales traitent des matériaux qui doivent être en harmonie avec la façade, dans des matériaux durables et de qualité. Est obligatoire également, l'entretien des enseignes et de leurs supports. Les dispositifs doivent résister aux phénomènes météorologiques. L'habillage des dispositifs simple face est obligatoire pour masquer la totalité des éléments de fixation.

Les dispositions générales traitent de l'intégration des dispositifs au bâtiment avec l'obligation d'intégrer les supports à l'environnement, au contexte paysager et architectural, de respecter l'architecture du bâtiment, de présenter une cohérence d'ensemble sur une même unité foncière, de ne pas obstruer totalement une fenêtre, une vitrine ou une baie. Il ne peut y avoir d'enseigne aux étages supérieurs d'un bâtiment et si les activités sont exercées à l'étage, il y a lieu de recourir à la vitrophanie.

Les dispositions générales traitent de la surface en retenant celles du règlement national de publicité.

Pour les enseignes lumineuses l'éclairage par spot et les caissons lumineux sont interdits. Les enseignes numériques sont également interdites.

Commentaire du commissaire-enquêteur : L'interdiction des enseignes numériques a posé question tout au long de l'enquête, plusieurs observations soulevant le problème de l'interdiction générale.

7.4.2 Les enseignes en zone ZP0

Les enseignes au sol sont interdites à l'exception des chevalets, à raison d'1 chevalet par enseigne (0,80 m x 1m).

Sur façade, une seule enseigne en bandeau sont autorisées. La hauteur du lettrage est limitée à 50 cm pour les majuscules et 40 cm pour les minuscules. L'épaisseur des lettres (distance au nu du mur est de 8 cm. Une seule enseigne en drapeau est autorisée par voie ouverte à la circulation. Si un commerce se situe dans un angle de rues, il peut disposer de 2 enseignes, installées de chaque côté mais à l'endroit le plus éloigné de l'angle.

Sur clôture, 1 enseigne est autorisée à la condition que le mur soit aveugle. Elle ne peut pas être installée sur une clôture en murs traditionnels.

Les enseignes sur vitrine (vitrophanie) est autorisée sur une surface qui ne peut dépasser 30% de la surface cumulée des vitrines, en privilégiant le bas de la vitrine. Une exception est accordée lorsque le local est vacant. Dans ce cas, la vitrophanie peut recouvrir la totalité des vitrines.

Les enseignes sur toiture ou en terrasse sont interdites. Il en est de même pour les enseignes sur bâches, les enseignes numériques et les enseignes lumineuses/numériques à l'intérieur des vitrines.

Commentaire du commissaire-enquêteur : Dans sa globalité, la réglementation pour cette zone ZP0 est adaptée à la zone.

Toutefois, il apparaît nécessaire que le chevalet comme seul dispositif autorisé au sol. En effet, des restaurateurs, par exemple, ont l'obligation d'afficher leur carte. Un dispositif type « porte-menu doit pouvoir être utilisé et, par conséquent, être autorisé. Il conviendra d'en définir les dimensions qui généralement peuvent être 1,50m x 0,50 ou 0,60m.

7.4.3 Les enseignes en zone ZP1

Le règlement de cette zone reprend les mêmes dispositions que celui de la zone ZP0 pour les enseignes au sol, les enseignes en façade, les enseignes sur clôture, les enseignes sur vitrine, les enseignes sur toiture et sur terrasse.

Par contre, dans cette zone, les enseignes temporaires sur bâche sont autorisées, à raison d'un seul dispositif sur voie ouverte à la circulation publique.

Les enseignes lumineuses/numériques à l'intérieur des vitrines sont autorisées sous réserve de respecter le format A3 et d'être éteintes en dehors des horaires d'ouverture (hors pause méridienne).

Commentaire du commissaire-enquêteur : Dans sa globalité, la réglementation pour cette zone ZP1 est adaptée à la zone.

Toutefois, il apparaît nécessaire que le chevalet comme seul dispositif autorisé au sol. En effet, des restaurateurs, par exemple, ont l'obligation d'afficher leur carte. Un dispositif type « porte-menu doit pouvoir être utilisé et, par conséquent, être autorisé. Il conviendra d'en définir les dimensions qui généralement peuvent être 1,50m x 0,50 ou 0,60m.

7.4.4 Les enseignes en zone ZP2

La réglementation des enseignes devient plus permissive et s'adapte au secteur.

Les enseignes scellées au sol, type panneau ou totem sont autorisées. Le dispositif peut compter deux faces mais sa superficie est limitée à 2 m² et sa hauteur à 2 mètres. Un seul dispositif est autorisé par voie bordant l'unité foncière. S'il existe plusieurs activités, les enseignes doivent être regroupées sur le même dispositif, qui doit garder les mêmes dimensions.

Deux chevalets sont autorisés par activité.

Ces dispositifs sont cumulables.

Pour les enseignes sur façade, les dispositions générales s'appliquent et deux enseignes en drapeau sont admises.

La superficie des enseignes sur clôtures est portée à 0,50 m² par activité et par voie ouverte à la circulation. Les interdictions restent les mêmes.

Les conditions pour les enseignes sur vitrine sont les mêmes que pour les zones précédentes.

Les enseignes sur toiture ou terrasse sont toujours interdites.

Les enseignes numériques sont toujours interdites.

Les enseignes lumineuses/numériques à l'intérieur des vitrines sont interdites.

Commentaire du commissaire-enquêteur : Dans sa globalité, la réglementation pour cette zone ZP2 est adaptée à la zone.

Toutefois, il apparaît nécessaire que le chevalet comme seul dispositif autorisé au sol. En effet, des restaurateurs, par exemple, ont l'obligation d'afficher leur carte. Un dispositif type « porte-menu doit pouvoir être utilisé et, par conséquent, être autorisé. Il conviendra d'en définir les dimensions qui généralement peuvent être 1,50m x 0,50 ou 0,60m. Faute de pouvoir utiliser un tel dispositif, il est à craindre que les commerçants/artisans concernés aient recours systématiquement au dispositif type « totem ».

7.4.5 Les enseignes en zone ZP3

Dans cette zone, tous les dispositifs sont autorisés à l'exception des enseignes sur toiture ou terrasse et les enseignes numériques.

Les enseignes scellées au sol, type panneau ou totem sont autorisées. Le dispositif peut compter deux faces mais sa superficie est limitée à 2 m² et sa hauteur à 2 mètres. Un seul dispositif est autorisé par voie bordant l'unité foncière. S'il existe plusieurs activités, les enseignes doivent être regroupées sur le même dispositif, qui doit garder les mêmes dimensions.

Deux chevalets sont autorisés par activité.

Ces dispositifs sont cumulables.

Pour les enseignes sur façade, les dispositions générales s'appliquent et deux enseignes en drapeau sont admises.

La superficie des enseignes sur clôtures est de 0,50 m² par activité et par voie ouverte à la circulation. Les interdictions restent les mêmes.

Les conditions pour les enseignes sur vitrine sont les mêmes que pour les zones précédentes.

Les enseignes temporaires sur bâche sont autorisées.

Les enseignes sur toiture ou terrasse sont toujours interdites.

Les enseignes numériques sont toujours interdites.

Les enseignes lumineuses/numériques à l'intérieur des vitrines sont autorisées et limitées au format A3.

Commentaire du commissaire-enquêteur : Dans sa globalité, la réglementation pour cette zone ZP3 est adaptée à la zone. Il s'inscrit dans la progression de plus d'ouverture ou possibilités. Toutefois, il apparaît nécessaire que le chevalet comme seul dispositif autorisé au sol. En effet, des restaurateurs, par exemple, ont l'obligation d'afficher leur carte. Un dispositif type « porte-menu doit pouvoir être utilisé et, par conséquent, être autorisé. Il conviendra d'en définir les dimensions qui généralement peuvent être 1,50m x 0,50 ou 0,60m. Faute de pouvoir utiliser un tel dispositif, il est à craindre que les commerçants/artisans concernés aient recours systématiquement au dispositif type « totem ».

7.4.6 Les enseignes en zone ZP4

Cette zone d'activités économiques dispose de possibilités plus larges.

La superficie des dispositifs scellés au sol est portée à 4 m² pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants, c'est-à-dire Granville. Pour le reste du territoire couvert par le RLPi, la superficie reste limitée à 2m².

Les enseignes de type mat, porte-drapeau, oriflammes et kakemonos sont autorisés à raison d'un dispositif tous les 25 mètres.

Deux chevalets sont autorisés par activité.

Ces dispositifs sont cumulables.

Pour les enseignes sur façade, les dispositions générales s'appliquent et deux enseignes en drapeau sont admises.

La superficie des enseignes sur clôtures est portée à 2 m² par activité et par voie ouverte à la circulation. Les interdictions restent les mêmes.

La vitrophanie peut recouvrir 60% des baies ou vitrines.

Les enseignes temporaires sur bâche sont autorisées.

Les enseignes sur toiture ou terrasse sont autorisées. Leur hauteur ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres. Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à 15 mètres, les enseignes ne doivent pas excéder le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres.

Les enseignes numériques sont toujours interdites.

Les enseignes lumineuses/numériques à l'intérieur des vitrines sont autorisées et limitées au format A3.

<u>Commentaire du commissaire-enquêteur</u> : Dans sa globalité, la réglementation pour cette zone ZP4 est adaptée à la zone. Il s'inscrit dans la progression de plus d'ouverture ou possibilités. Toutefois, <u>concernant les enseignes sur toiture</u> , les dispositions retenues par le règlement ne font pas état du taux d'occupation de l'activité dans le bâtiment. En effet, le règlement national calcule la hauteur des enseignes sur toiture de la manière suivante :	
Enseignes en toiture si les activités signalées s'exercent dans + de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si les activités signalées s'exercent dans 50 % ou moins du bâtiment
Hauteur de façade ≤ à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade ≤ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi (Art. R. 581-38)
Hauteur de façade > 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade > 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi (Art. R. 581-38)
Surface cumulée limitée à 60 m ² pour un même établissement	Surface cumulée limitée à 60 m ² pour un même établissement
Par ailleurs, deux points subsistent : la problématique du chevalet, dispositif qui peut s'avérer inadapté et l'interdiction totale et générale des enseignes numériques.	

8. LES AVIS EMIS SUR LE PROJET

8.1 Les avis des personnes publiques associées

Les personnes publiques ont été consultées par l'envoi d'un courrier et courriel. Certaines d'entre elles ont émis un avis.

Personne publique associée	Date envoi	Date avis	Avis
Chambre d'agriculture	21/12/2023		
Chambre de commerce et de l'industrie Ouest Normandie	21/12/2023	10/01/2024	Favorable
Chambre des Métiers et de l'Artisanat	21/12/2023	24/01/2024	Favorable
Communauté d'agglomération Mont-Saint-Michel-Normandie	21/12/2023		
Communauté de communes Coutances Mer et Bocage	21/12/2023		
Communauté de Communes Villedieu Intercom	21/12/2023	21/03/2024	Favorable
Conseil Départemental de la Manche	21/12/2023		
Conseil Régional de Normandie	21/12/2023		
Direction départementale des territoires et de la mer 50	21/12/2023		
DRAC de Normandie	21/12/2023		
DREAL de Normandie	21/12/2023		
PETR Sud-Manche - Baie du Mont-Saint-Miche	21/12/2023		
Préfecture de la Manche	21/12/2023	16/02/2024	Favorable avec observations
Préfecture de Normandie	21/12/2023		
Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de la Manche	21/12/2023		

Les services de l'Etat émettent les observations suivantes :

- le bilan du RLP 1^{ère} génération commun à 6 communes mériterait d'être étoffé et il serait intéressant de faire le lien avec le projet actuel ;
- la motivation/justification de la réintroduction de la publicité dans les zones protégées au titre de l'article L 581-8 est insuffisante en comparaison des objectifs/orientations du règlement qui fixent comme important la protection et la mise en valeur du patrimoine architectural, naturel et paysager ;

- il y a dans le document confusion dans les règles, la distinction entre les communes de moins de 10 000 habitants et plus de 10 000 habitants doit être plus claire ;
- il y a aussi pour certaines règles des précisions à apporter sur la possibilité d'implanter certains dispositifs mais uniquement en agglomération.

Enfin, les services de l'Etat demandent la correction de certains points du rapport de présentation et du règlement.

Dans son mémoire en réponse aux personnes publiques associées, document inclus dans le dossier d'enquête publique, la communauté de communes répond :

- le bilan du règlement local de publicité de 1998 sera complété et mis en lien avec la réglementation proposée dans le RLPi ;
- le rapport de présentation sera étoffé pour mieux justifier les raisons de la réintroduction de la publicité dans les zones d'interdiction relative définies à l'article L581-8 du code de l'environnement. Un sous-indice sera créé pour délimiter les parties zone ZP0 situées dans des zones d'interdiction absolue de la publicité définies à l'article L581- 4 du code de l'environnement. Dans ces secteurs, le règlement du RLPi interdira toute forme de publicité ;
- le règlement écrit sera modifié pour mettre en évidence dans chaque secteur la différence réglementaire entre les communes de plus et les communes de moins de 10 000 habitants ;
- les remarques faites à propos du rapport de présentation et le règlement seront prises en compte pour améliorer la lisibilité et l'intelligibilité du document.

Commentaire du commissaire-enquêteur : il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

8.2 Les avis des communes

Les communes membres de la communauté de communes ont été consultées pour avis.

Commune	Date envoi	Date délibération	Avis
Anctoville-sur-Boscq	21/12/2023	31/01/2024	
Beauchamps	21/12/2023		
Bréhal	21/12/2023	29/01/2024	Favorable
Bréville-sur-mer	21/12/2023	30/01/2024	Favorable
Bricqueville-sur-mer	21/12/2023	23/01/2024	Favorable

Carolles	21/12/2023		
Cérences	21/12/2023	26/02/2024	Favorable
Champeaux	21/12/2023		
Chanteloup	21/12/2023		
Coudeville-sur-mer	21/12/2023	25/01/2024	Favorable
Donville-les-Bains	21/12/2023	29/01/2024	Favorable
Equilly	21/12/2023		
Folligny	21/12/2023		
Granville	21/12/2023	21/12/2023	Favorable + réserves
Hocquigny	21/12/2023		
Hudimesnil	21/12/2023	19/03/2024	Favorable
Jullouville	21/12/2023		
La Haye Pesnel	21/12/2023	24/01/2024	Favorable
La Lucerne d'Outremer	21/12/2023	13/02/2024	Favorable
La Meurdraquière	21/12/2023		
La Mouche	21/12/2023		
Le Loreur	21/12/2023	02/02/2024	Favorable
Le Mesnil Aubert	21/12/2023		
Longueville	21/12/2023		
Munewille-sur-mer	21/12/2023	09/01/2024	Favorable
Saint-Aubin-des-Préaux	21/12/2023	26/03/2024	Favorable
Saint-Jean-des-Champs	21/12/2023	23/01/2024	Favorable
Saint-Pair-sur-Mer	21/12/2023		
Saint-Pierre-Langers	21/12/2023		
Saint-Planchers	21/12/2023		
St Sauveur la Pommeraye	21/12/2023		
Yquelon	21/12/2023	18/12/2024	Favorable

Il est à noter que dans son mémoire en réponse, la communauté de communes mentionne un avis favorable de la commune de Saint-Pair-sur-mer en date du 22/02/2024, qui n'était pas dans le dossier, tandis qu'il y avait une délibération de la commune du Loreur en date du 02/02/2024, non citée dans le mémoire en réponse.

La ville de Granville a émis les réserves suivantes :

- créer une zone ZP4 au droit du stade Louis Dior ;
- de limiter à 1 chevalet par établissement et non par activité ;
- d'interdire la publicité temporaire sur bâche quand celle-ci sert à la sécurisation d'un chantier ou de travaux ;
- la suppression du 3° à l'article P2.4 (*Les colonnes culturelles ne sont pas soumises à la règle de surface maximum dictée précédemment*) et
- la suppression du 3° à l'article P4.5 (*une dérogation est accordée pour les publicités lumineuses supportées par un mobilier urbain -type abribus-, le dispositif lumineux doit être éteint à la fin du service de transport en commun s'il prend fin au-delà de 21 heures*);
- la possibilité de prévoir des exceptions à la limitation de surfaces couvertes par de la vitrophanie si l'activité nécessite de la discrétion ;

- de limiter à 2 m² par établissement le format des publicités numériques et/ou lumineuses à l'intérieur des vitrines.

A ces remarques, la communauté de communes répond :

- concernant la demande de création d'une zone ZP4 au droit du stade Louis Dior, que le comité de pilotage en charge de l'élaboration du RLPi se montre favorable au maintien du classement tel qu'il a été arrêté, soit un secteur ZP3 le long de la route et un secteur ZP2 sur l'arrière du terrain concerné ;
- concernant la demande d'autoriser un chevalet au sol par établissement et non par activité, que le comité de pilotage est favorable à cette observation et que le règlement écrit sera modifié pour autoriser un chevalet au sol par établissement, ce qui permettra de limiter les dispositifs notamment pour les concept-store ou commerces regroupant plusieurs activités ;
- concernant la demande d'interdire la publicité temporaire sur bâche si la bâche sert à la sécurisation d'un chantier ou de travaux, qu'après échanges, le comité de pilotage propose de limiter la surface publicitaire des bâches de sécurisation, sans interdire leur usage publicitaire. Cette proposition pouvant évoluer selon les remarques émises au cours de l'enquête publique ;
- concernant la demande de suppression de la 3ème phrase de l'article P2.4, que le comité de pilotage est favorable à la suppression de cette phrase pour des questions d'uniformisation du règlement ;
- concernant la demande de suppression de la 3ème phrase de l'article P4.5, le comité de pilote propose de supprimer la dérogation relative à l'heure de fonctionnement du service de transport public ;
- concernant la possibilité de prévoir des exceptions à la limitation de surfaces couvertes par de la vitrophanie si l'activité nécessite de la discrétion, le comité de pilotage répond ne pas être favorable à cette proposition et rappelle que si la vitrophanie ne comporte pas d'enseigne ou publicité (film à vocation uniquement décorative, brise-vue, ou pare-soleil), elle ne sera pas comptabilisée dans le calcul de surface ;
- concernant la demande de limiter à 2 m² par établissement le format des publicités numériques et/ou lumineuses à l'intérieur des vitrines, le comité de pilotage répond être favorable à ce que la surface cumulée maximale soit de 2 m² pour les publicités lumineuses en façade, en plus de la règle de surface individuelle. Cette règle avait été validée lors de l'élaboration du document, mais nonreportée dans le document arrêté suite à une erreur matérielle.

Commentaire du commissaire-enquêteur : Dans son mémoire en réponse aux avis des communes notamment, la communauté de communes propose de faire évoluer son projet :

- en limitant le chevalet à un chevalet par établissement et non plus par activité. ;
- en limitant la superficie de la publicité sur les bâches de sécurisation de chantier ou de travaux ;
- en supprimant la dérogation relative à l'heure de fonctionnement du service de transport public ;
- en limitant à 2 m² par établissement la totalité des publicités lumineuse/numériques à l'intérieure des vitrines.

8.3 L'avis de la CDNPS

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites s'est réunie le 16 mai 2024 dans sa formation « publicité ». Au terme d'un débat, elle a émis un avis favorable (1 abstention et 3 voix contre) avec les prescriptions suivantes :

- détailler les différences entre les communes de moins de 10 000 habitants et celles de plus de 10 000 habitants car l'écriture de certaines règles peut porter à confusion ;
- détailler les règles en faisant ressortir la différence entre hors agglomération et en agglomération afin d'éviter toute confusion ;
- bien faire la différence entre les secteurs d'interdiction absolue et ceux d'interdiction relative en zone ZP0 car la publicité ne peut être réintroduite dans les secteurs d'interdiction absolue ;
- motiver davantage la réintroduction de la publicité en précisant les motifs et les réflexions qui ont conduit à réintroduire la publicité dans les secteurs où le règlement national l'interdit, en faisant référence aux orientations du règlement qui fixent comme importantes la protection et la mise en valeur du patrimoine architectural, naturel et paysager ;
- prendre en compte les remarques de formes détaillées dans les services de l'Etat.

Commentaire du commissaire-enquêteur : Il n'y a pas lieu de commenter l'avis de la CDNPS. La communauté de communes a répondu à plusieurs avis dans la production d'un mémoire en réponse, dans lequel il n'est pas apporté de réponse à l'avis de la CDNPS. Pourtant, il aurait été intéressant de connaître la véritable motivation de la réintroduction de la publicité dans les sites inscrits par exemple et la suite envisagée par rapport à cet avis.

9. DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

9.1 Les mesures de publicité et affichage

L'enquête a fait l'objet d'une publicité par voie de presse sous la forme d'une double insertion dans les annonces légales de deux journaux locaux. Ces insertions ont eu lieu dans :

- le quotidien Ouest-France des 18 mai et 8 juin 2024 ;
- l'hebdomadaire La Manche Libre des 18 mai et 8 juin 2024.

L'enquête a été annoncée par voie d'affichage sous la forme d'une affiche de format A2 de couleur jaune au siège de la communauté de communes et dans toutes les mairies du territoire. Il en a été de même pour l'arrêté d'ouverture de l'enquête publique. Les attestations d'affichage établies par les maires des 32 communes sont incluses dans le dossier d'enquête.

Un affichage supplémentaire de cet avis a été fait à:

- Bréhal : Place Monaco à St-Martin-de-Bréhal, Halle aux blé rue du général de Gaulle, Espace Marcel Launay rue de Briselande et école Jean Monnet avenue de Lydney ;
- Cérences : église de Bourey, rue de l'Epiray, rue de la gare et rue du vieux manoir ;
- Donville les bains : Route de Coutances (sortie de Granville), médiathèque, salle des fêtes, route de Coutances (sortie Bréville-sur-mer) ;
- Granville : L'Agora (centre social) rue St Nicolas, parking d'estouville (avenue de la libération), 766 avenue des Matignons et service urbanisme de la mairie ;
- Jullouville : Bourg de Saint-Michel-des-Loups, office du tourisme de Jullouville et magasin U Express ;
- La Haye Pesnel : 2 avis supplémentaires sur autres panneaux de la mairie et deux autres dans la montée de l'école primaire ;
- Saint-Pair-sur-mer : Place Charles de Gaulle (église St Paterne), place de la gare – médiathèque, place Leclerc à Kairon (containers) et rue Saint-Laurent (église St Laurent) ;

L'enquête a également été annoncée sur la page d'accueil du site de Granville Terre et Mer, sur le bandeau défilant « actualités ».

Enfin, l'avis a été mis en ligne sur le site du registre numérique.

9.2 Les modalités de consultation du dossier d'enquête

Pendant toute la durée de l'enquête, le dossier était consultable au siège de la communauté de communes ainsi que dans les mairies de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Granville, Jullouville, La Haye-Pesnel, Saint-Pair-sur-mer et Yquelon.

Le projet était également consultable sur le site <https://www.registre-numerique.fr/rlpi-gtm>.

9.3 La composition du dossier d'enquête publique

Le dossier comprenait :

1. Le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) arrêté comprenant lui-même :

- le rapport de présentation ;
- le règlement écrit ;
- le plan général de projet de zonage (format A4) ;
- les plans « zone de publicité » de Bréhal, Cérences, Chausey-Granville, Donville-les-Bains, Granville, Jullouville, La Haye Pesnel, Saint-Pair-sur-mer et Yquelon ;
- l'annexe définissant les zones agglomérées (plans pour la totalité du territoire de GTM et plan pour chacune des communes (ou partie de commune) :

Anctoville-sur-Boscq, Beauchamps, Bréhal, Bréville-sur-mer, Bricqueville-sur-mer, Carolles, Cérences, Champeaux, Chanteloup, Coudeville-sur-mer, Donville-les-Bains, Equilly, Folligny, Granville, Chausey-Granville, Hocquigny, Hudimesnil, Jullouville, La Haye-Pesnel, La Lucerne d'Outremer, La Mouche, La Meurdraquière, Le Mesnil Aubert, Le Lorreur, Longueville, Muneville-sur-mer, Saint-Jean-des-Champs, Saint-Aubin-des-Préaux, Saint-Pair-sur-mer, Saint-Pierre-Langers, Saint-Planchers et Yquelon) ;

- l'annexe comprenant l'ensemble des arrêtés municipaux des communes précitées, à l'exception de la commune d'Equilly ;

2. Le bilan de la concertation comprenant :
 - le bilan de la concertation proprement-dit ;
 - l'annexe (courriers reçus)
3. Les avis des Personnes Publiques Associées (PPA) et de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites ;
4. Le mémoire en réponse aux remarques et réserves émises par les personnes publiques associées ;
5. Les pièces relatives à l'enquête publique comprenant :
 - les textes régissant l'enquête publique (délibération GTM en date des 29 mai 2018 et 9 février 2023, les délibérations des communes membres ayant débattu sur les orientations du projet de RLP intercommunal ;
 - les actes administratifs comprenant des extraits du code général des collectivités territoriales (article L5214-16), du code de l'environnement (article L581-14-1, articles L123-1 à L123-18, articles R 123-1 à R123-46) et du code de l'urbanisme (articles L153-19 et L153-20) ;
 - les mesures de publicité (avis enquête publique pour affichage, avis d'insertion dans la presse : 1ères insertions Manche Libre et Ouest-France du 18 mai 2024 et confirmation de parution de la 2^{ème} insertion dans la presse prévue le 8 juin, les attestations d'affichage des différentes communes de la communauté de communes).

9.4 Les permanences

Au cours de l'enquête, qui s'est déroulée du 4 juin au 4 juillet 2024, soit sur une durée de 31 jours, 6 permanences ont été tenues :

- le mardi 4 juin, de 9 h 00 à 12 h 00 au siège de la communauté de communes Granville Terre et Mer ;
- le vendredi 14 juin, de 13h30 à 16 h30 à la mairie de La Haye Pesnel ;
- le lundi 17 juin, de 14h00 à 17h00 à la mairie de Granville ;
- le samedi 22 juin de 9h00 à 12h00 à la mairie de Bréhal ;

- le jeudi 27 juin de 12h00 à 15h00, à la mairie de Saint-Pair-sur-mer ;
- jeudi 4 juillet, de 14h00 à 17h00 au siège de la communauté de communes Granville Terre et Mer.

Au cours de ces six permanences, je n'ai rencontré que 9 personnes. Il est à noter que, compte tenu de la technicité du dossier, chaque visite a été assez longue.

Sur le site dématérialisé, il a été noté 36 « visiteurs uniques » pour 74 visites.

9.5 La participation du public

Pour déposer leurs observations, les personnes du public disposaient de plusieurs possibilités :

- les registres « papier » déposés :
 - au siège de Granville Terre et Mer ;
 - dans les mairies de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Granville, Jullouville, La Haye-Pesnel, Saint-Pair-sur-mer et Yquelon ;
- le registre dématérialisé ;
- l'envoi d'un courrier électronique ;
- l'envoi d'un courrier postal au siège de la communauté de communes.

Les observations déposées sur les registres papier ou envoyées par mail ont été intégrées au fur et à mesure sur le registre dématérialisé du site registre-numérique. La gestion de celui-ci s'est avérée peu aisée et l'intégration a dû être corrigée plusieurs fois. De plus, la numérotation tend à générer des erreurs car les échanges avec le maître d'ouvrage (ex : essais de fonctionnement) ou certains spams ont été numérotés puis, à juste titre, non publiés. Il n'y avait donc pas de continuité dans la numérotation.

Sur les registres « papier » déposés dans les mairies de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Jullouville, La Haye-Pesnel et Yquelon, il n'y a eu aucune observation.

- Sur le registre déposé au siège de la communauté de communes, il y a eu 3 observations.
- Sur le registre déposé à la mairie de Granville, il y a eu 3 observations.
- Sur le registre déposé à la mairie de Saint-Pair-sur-mer, il y a eu 3 observations également.
- Sur le registre dématérialisé, il y a eu 6 observations directement déposées.
- Par l'adresse électronique (email), il y a eu 6 courriers électroniques (mails).
- Aucun courrier postal ne m'a été adressé.

Par conséquent, on compte 21 observations. Elles ont pratiquement toutes été publiées sur le site internet pour un meilleur accès du public aux observations. Par contre, si le registre n'a pas connu de défaut dans la consultation du dossier, des courriers indésirables ou des échanges avec le service ont été comptabilisés, ce qui fait que la numérotation sur le site numérique n'est pas suivie.

10. REPONSE AUX OBSERVATIONS DU PUBLIC

10.1 Réponse aux observations déposées sur les registres « papier »

Il y a eu 9 observations sur les registres « papier », scannées pour la plupart et enregistrées ensuite dans le registre numérique. Le numéro du registre numérique est mentionné chaque fois que possible.

10.1.1 Registre déposé au siège de la communauté de communes :

L'observation n°1 (R7 dans le registre numérique) est de monsieur JACQUOT (Paysages de France), qui évoque en préambule que :

- la loi du 29 décembre 1979 précise que les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes sont fixées afin de préserver le cadre de vie et que le changement climatique doit être pris en compte dans toute décision politique ;
- la publicité sur le mobilier urbain engendre les mêmes nuisances et ne peut être regardée comme un moyen de financement du mobilier urbain ;
- l'affichage extérieur n'est pas vital pour le développement des activités commerciales et leur dynamisme car les campagnes publicitaires sont très onéreuses, pas accessibles aux entreprises locales qui subissent dès lors une concurrence inacceptable ;

Puis demande la prise en compte des points suivants :

- l'article L 581-8 du code de l'environnement interdit toute publicité dans les sites patrimoniaux et qu'il n'y a pas lieu d'y déroger dans le projet, y compris pour le mobilier urbain ;

La communauté de communes répond ne pas être favorable à cette proposition car la réintroduction de la publicité dans certains secteurs à proximité des monuments historiques et dans les sites patrimoniaux est justifiée par la présence d'activités économiques (par exemple dans le centre-ville de Granville ou de Saint-Pair-sur-Mer) et reste mesurée (les dispositifs autorisés sont encadrés par des critères de taille maximale, de typologie...). Ce principe a été

présenté à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDPNS), qui ne l'a pas remis en cause mais a demandé à la communauté de communes de mieux le motiver ;

Réponse du commissaire-enquêteur : Le code de l'environnement prévoit des cas d'exclusion absolue (article L581-4) et des cas où la publicité peut être introduite à la condition de motiver cette introduction de la publicité. Pour ma part, je regrette la réintroduction de la publicité dans les sites inscrits comme la Haute ville, sites inscrits aux très nombreux monuments historiques : le cumul de l'ensemble doit en faire une zone d'exclusion de la publicité notamment sur le mobilier urbain, qui se doit d'être le plus neutre possible pour laisser le regard s'imprégner en plénitude du caractère historique et patrimonial du lieu. Par contre, il y a lieu d'autoriser un chevalet ou un pupitre (type support menu) pour les commerces existants, qui ont parfois l'obligation d'afficher le prix de leurs produits à l'extérieur (ex : restaurant). Ceci m'a amené à proposer la modification du règlement de la zone P0.

- toute publicité au sol, via le mobilier urbain doit être interdite dans les communes de Bréhal, Cérences, Donville-les-Bains, Jullouville, La Haye-Pesnel, Saint-Pair-sur-mer et Yquelon ;

La communauté de communes répond que le projet de RLPi recherche l'équilibre entre la protection du paysage et la liberté de commerce et de publicité. Les publicités sur mobilier urbain restent circonscrites à un faible nombre de dispositifs et leur surface est limitée par la taille du support. Les autres formes de publicité scellée au sol sont bien interdites sur les communes citées.

Réponse du commissaire-enquêteur : Le caractère patrimonial de ces communes est très différent. La question peut se poser pour la commune de Saint-Pair-sur-mer, dont le centre-ville est à valoriser avec la constitution d'un écrin autour de l'église. Son classement en ZP1 est adapté. Pour ma part, je considère que si la préservation du cadre de vie nécessite l'interdiction de dispositifs publicitaires tels que dispositifs scellés au sol ou muraux, il y a lieu d'interdire également la publicité sur le mobilier urbain qui porte tout autant atteinte à la préservation du cadre de vie : je ne vois absolument pas en quoi elle est moins impactante.

- le code de l'environnement doit être respecté : sur les 7791 dispositifs recensés, 1675 sont illégaux ;

La communauté de communes ne répond pas sur ce point.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il s'agit d'un constat

- toute publicité et préenseigne lumineuse doit être interdite ainsi que les dispositifs dont les affiches sont éclairées par projection ou par transparence ;

La communauté de communes répond que le projet de RLPi recherche l'équilibre entre la protection du paysage et la liberté de commerce et de publicité : l'interdiction totale et

absolue des dispositifs lumineux contreviendrait à ces libertés. La communauté de communes estime que leur limitation à la zone ZP4 constitue un compromis satisfaisant ;

Réponse du commissaire-enquêteur : En effet, il ne peut y avoir d'interdiction générale d'une forme de publicité.

- les irrégularités par rapport aux articles L581-3, R581-26 alinéa 2 et R 581-7 du code de l'environnement doivent être rectifiées ;

La communauté de communes ne répond pas sur ce point.

Réponse du commissaire-enquêteur : L'article L581-3 définit ce qui est une publicité, une enseigne et une préenseigne. Le projet prend en compte ces différences.

L'alinéa 2 de l'article R581-26 précise que 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 4,70 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Cette réglementation est respectée.

L'article R581-7 traite des documents à fournir pour la déclaration préalable et ne concernent pas l'élaboration des RLP.

- le règlement doit préciser l'interdiction de toutes les formes de publicité non explicitement citées dans le règlement ;

La communauté de communes répond que le règlement local de publicité intercommunal à vocation à interdire ce qui est considéré comme « non souhaitable », et non à sélectionner ce qui est souhaitable au cas-par-cas ;

Réponse du commissaire-enquêteur : Dès lors qu'un point n'est pas règlementé dans le RLPi, le Règlement National de Publicité s'applique.

- les dispositifs publicitaires temporaires sur clôtures (aveugles ou non) doivent être interdits comme le sont les dispositifs non temporaires. Ceux-ci, lorsqu'ils ne sont pas sur clôtures, doivent être limités à 4m² de surface totale en zones P3 et P4 ;

La communauté de communes répond que les dispositifs temporaires n'ont qu'un impact temporaire sur le cadre de vie et qu'ils sont déjà suffisamment règlementés (taille limitée à 0,5m², interdits sur les clôtures non-aveugles...) ;

Réponse du commissaire-enquêteur : L'impact est limité dans le temps et par la taille du dispositif.

- les surfaces totales des dispositifs doivent être règlementés et non pas les seules surfaces utiles ;

La communauté de communes répond que cela n'est pas nécessaire : le règlement du RLPi fait déjà référence aux surfaces maximales en termes de surfaces totales, et non de surfaces utiles ;

Réponse du commissaire-enquêteur : il y a lieu de prendre en compte la réponse de la communauté de communes.

- les enseignes sur clôture (aveugles ou non) doivent être interdites ; les enseignes temporaires doivent être règlementées avec les mêmes exigences que les enseignes permanentes ;

La communauté de communes répond que les enseignes sont déjà interdites sur les clôtures non aveugles et que leur surface est strictement règlementée (0,5m² maximum) : il ne semble pas utile d'ajouter plus de contraintes réglementaires. Les enseignes temporaires ont, comme leur nom l'indique vocation, à être ôtées à court terme et doivent être le seul dispositif d'enseigne, ce qui justifie des règles plus souples que celles relatives aux dispositifs permanents ;

Réponse du commissaire-enquêteur : il y a lieu de prendre en compte la réponse de la communauté de communes.

- la superficie de la totalité des enseignes doit être limitée à 4 m² pour les façades inférieures ou égales à 50 m² et à 6 m² pour les façades supérieures à 50 m² en zone P3 ;

La communauté de communes répond que les règles proposées par le RLPi reprennent celles issues du règlement national de publicité, qui constituent un encadrement suffisant pour la communauté de communes ;

Réponse du commissaire-enquêteur : il y a lieu de prendre en compte la réponse de la communauté de communes.

- tous les dispositifs soumis à autorisation préalable du maire doivent être règlementés dans le RLPi ;

La communauté de communes ne répond pas sur ce point.

Réponse du commissaire-enquêteur : Dès lors qu'un point n'est pas règlementé, le règlement national s'applique. Le règlement local adapte localement mais ne supprime pas.

- l'incohérence, dans le préambule, sur les bâches publicitaires doit être corrigée et une limitation de leur superficie doit être mentionnée ;

La communauté de communes répond que cette incohérence sera corrigée pour distinguer les bâches temporaires de chantier des bâches publicitaires permanentes. La superficie des bâches de chantiers ne sera pas limitée en elle-même (afin d'autoriser toute taille nécessaire à la sécurisation), mais la surface dévolue à la publicité ne pourra pas dépasser les 8 m² ;

Réponse du commissaire-enquêteur : En effet, il y a lieu de limiter la taille de la bâche publicitaire temporaire. La superficie correspond à la superficie maximale pouvant être affichée sur une bâche de chantier.

- l'affichage numérique doit être interdit car il est délétère pour les humains, le paysage urbain et incompatible avec les efforts de sobriété énergétique demandés par le gouvernement ;

La communauté de communes répond que la réglementation proposée est déjà relativement restrictive, une interdiction totale constituerait un risque juridique à double titre (remise en cause de l'économie générale du document, et interdiction générale et absolue) ;

Réponse du commissaire-enquêteur : Il apparaît difficile d'interdire spécifiquement une technologie surtout de manière absolue.

- les enseignes en dehors des agglomérations doivent être réglementées en leur appliquant la réglementation de la zone P2 ;

Sur ce point, la communauté de communes répond que le RLPi ne peut pas légalement réglementer les dispositifs situés en dehors des agglomérations. Ces derniers resteront obligatoirement soumis aux règles du règlement national de publicité.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il est donné acte à la réponse de la communauté de communes.

- les panneaux publicitaires qui sont en infraction avec le Règlement National de Publicité doivent être supprimés sans attendre ;

La communauté de communes ne répond pas sur ce point.

Réponse du commissaire-enquêteur : Ce point ne relève pas de l'élaboration du RLPi mais du pouvoir de police du maire.

- pour la commune de Cérences, le projet de RLPi autorise des panneaux publicitaires d'une superficie supérieure à celle prévue par le code de l'environnement ;

- pour la commune de Cérences, l'application du RLPi génèrera un accroissement de la publicité au sol via la publicité sur mobilier urbain.

La communauté de communes ne répond pas sur ces points.

Réponse du commissaire-enquêteur : La superficie des panneaux est calculée «hors tout » et correspond aux 4 m² de surface utile prévue dans le RNP.

L'observation n°2 (R8 dans le registre numérique) est de monsieur A. MESLET, qui considère que l'élaboration du RLPi est une bonne chose mais constate que depuis qu'il vit à Granville (7 ans), la réglementation actuelle n'est pas appliquée, que ce soient les arrêtés locaux ou les codes nationaux.

Il craint que ce même laxisme subsiste et demande plus de vigueur dans l'application et le respect strict du PLPi.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que cette observation ne concerne pas directement l'élaboration du RLPi. Le président de la communauté de communes s'est opposé au transfert automatique du pouvoir de police de la publicité, qui restera du ressort des communes. Toutefois pour faciliter l'application du RLPi, Granville Terre et Mer mettra en place un service commun pour assister dans cet exercice les communes qui choisiront d'y accéder.

Réponse du commissaire-enquêteur : La lutte contre la publicité illégale relève du pouvoir de police du maire et non de l'élaboration du RLPi, même si ce point est naturellement important.

L'observation n° 3 (non intégrée dans le registre numérique car déposée en fin d'enquête mais correspond à l'observation @23 de ce registre) est de monsieur Alexis DANIEL pour le compte de la SCI PROJET C, qui souligne plusieurs points et joint une note juridique. Il précise que :

- la construction du bâti, 1768 avenue des Matignons, résulte d'un permis de construire du 21 décembre 2018, après la prescription du RLPi, que l'architecture du bâtiment est directement liée à l'enseigne numérique commune au profit des locataires des 1^{er} et 2nd étage, qui ne peuvent pas apposer d'enseignes : cette enseigne numérique est intégrée au bâti ;
- l'interdiction de cette enseigne numérique induirait de nombreux impacts financiers (coût de la construction, baisse des loyers consécutive à la suppression d'un service et baisse d'attractivité) ;
- lors de la construction du bâtiment, il a été fait le choix d'imposer une charte graphique bicolore pour limiter l'impact et que les diffusions sur l'enseigne numérique sont en mode sombre et limitées de 7h00 à 22h00 pour limiter l'impact écologique et visuel ;

- si l'on peut comprendre la limitation de ce type d'enseignes dans le centre-ville et dans les zones résidentielles, le bâtiment concerné est situé en zone commerciale et économique (P4) ;
- la publicité numérique est autorisée de 7h00 à 21h00 dans la zone P4. Il demande pourquoi ne pas appliquer la même réglementation pour les enseignes numériques ;
- l'écran est mis ponctuellement à disposition des événements locaux et culturels au profit de la commune.

La note juridique jointe reprend les faits (Construction, architecture, écran, autorisation dans le permis de construire, écran LED respectant les règles alors opposables, l'enseigne mutualisée qui constitue un service inclus dans la location pour le 1^{er} et 2^{ème} étage, la recherche de la limitation de l'impact visuel du bâtiment, la recherche de matériaux énergétiquement sobres et s'incorporant au paysage urbain, le mode sombre des diffusions choisi par les pétitionnaires et les horaires de 7h00 à 22h00 pour limiter l'éblouissement et la consommation électrique).

La note juridique souligne que le projet de RLPi prévoit une interdiction générale et absolue des enseignes numériques dans les 5 zones délimitées et que la mise en conformité devra intervenir dans les 6 années à venir.

Elle ouvre une discussion juridique autour de deux points :

- la méconnaissance de l'article L581-2 du code de l'environnement et produit à l'appui un arrêt de la Cour Administrative d'Appel de Bordeaux (16BX03856) du 4 décembre 2018 en soulignant que l'objectif présenté dans le chapitre « orientations enseignes » du rapport de présentation (p.160) de « limiter l'éclairage des enseignes et des vitrines pour des raisons écologiques et économiques » ne relève pas de la police de la publicité.
- l'illégalité de l'interdiction des enseignes numériques en zone P4 aux motifs :
 - qu'il s'agit d'une interdiction générale et absolue (toutes zones), ce qui constitue une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie ainsi qu'à la liberté d'expression. A cet effet, il est fait référence à un arrêt de la CAA de Nantes du 9 avril 2024, relatif au RLP de Brest Métropole pour lequel le juge retient que l'interdiction totale des enseignes constituant une source lumineuse directe dans la zone « espaces urbains mixtes » porte une atteinte disproportionnée à la liberté de commerce et aux règles de la concurrence ainsi qu'à la liberté d'expression. Il est conclu que l'interdiction des enseignes numériques en zone P4 est illégale et que la motivation de ce choix (limiter l'éclairage des enseignes et des vitrines pour des raisons écologiques et économique) est notoirement insuffisante pour une interdiction générale et absolue ;
 - qu'il y a une absence de développements particuliers sur les enseignes et notamment les enseignes numériques dans la partie « diagnostic » et d'une motivation circonstanciée et que s'il existe une zone où les enseignes numériques sont susceptibles d'être autorisées, c'est la zone P4 du fait de ses caractéristiques (pas de sensibilité particulière) et de sa destination (vocation économique où l'enseigne est importante pour les opérateurs).

Il est conclu que l'enseigne numérique du bâti de la SCI PROJET C ne préjudicie en rien, s'intègre au bâti, constitue un élément important d'identification et par la mutualisation qu'elle opère permet d'éviter une multiplication des enseignes individuelles : il est demandé que « le système mis en place sur site par la SCI PROJET C, autorisé lors de son implantation, puisse se maintenir sur le bâti dont s'agit à l'aune du futur PLUi ».

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond :

- concernant le fait que le bâtiment Atrium dispose en façade d'un écran lumineux de 3,84 m par 2,56 mètres (ayant coûté environ 20 000€), dont l'installation a été autorisée par la mairie de Granville par un permis de construire accordé le 21 décembre 2018, qui fait office d'enseigne numérique pour les différents locataires de l'immeuble, que les permis de construire sont accordés « sous réserve du droit des tiers » et ne constituent une autorisation qu'au titre de l'urbanisme. L'écran en question diffuse également de la publicité et ne peut pas être considéré comme une simple enseigne. En tant que dispositif de publicité lumineuse, il aurait dû faire également l'objet d'une autorisation préalable au titre de l'article L581-9 du code de l'environnement ;
- concernant l'argumentation que l'interdiction des enseignes numériques dans toutes les zones du RLPi constitue une interdiction générale et absolue, et méconnaît ainsi le code de l'environnement, que le règlement sera modifié pour appliquer aux enseignes numériques les mêmes règles que la publicité numérique : autorisation en secteur ZP4 avec une surface limitée à 2m². Les dispositifs devront être éteints en dehors des heures d'ouverture des commerces concernés ;
- concernant le fait que le rapport de présentation ne motive pas suffisamment les choix d'interdire les enseignes numériques, que le rapport de présentation sera étoffé pour détailler les motivations de l'encadrement des enseignes numériques (impact paysager fort, en particulier sur le paysage nocturne et existence d'autres dispositifs mieux intégrés et moins impactant) ;
- concernant le fait que le diagnostic du rapport de présentation n'a pas traité suffisamment la question des enseignes numériques, et ne met en évidence aucune problématique liée à ces dispositifs dans la zone ZP4, que le rapport de présentation sera étoffé pour intégrer un recensement des enseignes numériques existantes ;

Réponse du commissaire-enquêteur :

Concernant la définition de l'écran apposé sur le bâtiment, il convient de souligner que lorsque sont uniquement annoncées les entreprises présentes dans le bâtiment, il s'agit d'une enseigne. Dès lors qu'il est fait mention d'un événement extérieur au bâtiment, même culturel ou événementiel de la ville, il s'agit d'une publicité. M. DANIEL devra donc définir l'usage qui dans l'esprit reste celui d'une enseigne (dans son observation M. DANIEL présente ce fait comme un service rendu ponctuellement à la ville). Si il veut que l'écran soit effectivement une enseigne, il doit cesser de rendre ce service.

Le permis de construire ne constitue une autorisation au titre de la publicité. Pour autant, la communauté de communes ne peut pas se réfugier derrière le régime qui conduit à souligner que le permis de construire est délivré « sous réserve du droit des tiers », qui renvoie au code civil...

L'enseigne numérique est considérée par le code de l'environnement comme une enseigne lumineuse, qui n'est pas soumise à autorisation (seules sont soumises à autorisation les enseignes à faisceaux laser -art L581-18-). Le règlement Local de Publicité antérieur ne réglementait pas les enseignes numériques, ce qui renvoie au règlement national et à l'article R581-59. L'enseigne numérique doit se soumettre aux exigences en matière d'horaires, qui dans le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal apparaissent cohérents.

L'interdiction d'enseignes numériques non seulement en zone ZP4 mais sur tout le territoire, constitue une interdiction générale est absolue. Ce positionnement initial de la communauté de communes est assez surprenant d'autant que la publicité numérique n'est pas interdite en zone ZP4 et que traditionnellement le régime des enseignes est plus souple que celui de la publicité parce que davantage nécessaire aux entreprises.

La proposition avancée dans le mémoire en réponse d'autoriser les enseignes numériques dans la limite de 2 m² est très restrictive par rapport au règlement national de la publicité. En zone ZP4, correspondant aux secteurs économiques la justification d'une telle restriction, concernant une enseigne, devra être motivée.

10.1.2 Registre déposé à la mairie de Granville :

L'observation n° 1 (non intégrée dans le registre numérique) est de monsieur Bernard AROLE et madame Hélène LECLERC (AROLE), qui précisent être propriétaires d'un terrain (parcelle 110, à proximité de l'habitation située 1011 avenue des Matignons) sur lequel est implanté un panneau publicitaire loué par la SNA, qui leur apporte un revenu annuel non négligeable. Ils soulignent que ce panneau fait de la publicité pour certains commerces de Granville.

Ils souhaitent pouvoir garder ce panneau, qui ne dérange aucun voisin.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le panneau mentionné est en zone ZP3 où le RLPi prévoit l'interdiction de la publicité scellée au sol. La publicité murale reste autorisée jusqu'à 10,5 m².

Réponse du commissaire-enquêteur : Le zonage est cohérent et le règlement adapté. Il ne peut être donné une suite favorable à la demande de monsieur AROLE et madame LECLERC.

L'observation n° 2 (non intégrée dans le registre numérique) est de la mairie de Granville, qui dépose un courrier de monsieur le maire de Granville. Ce courrier aborde 5 points, il est demandé :

- le classement de toute la Haute Ville en zone ZP0 ;
- l'interdiction de publicité sur les bâches temporaires installées lors de chantiers ou travaux dans toutes les zones et pas seulement la zone ZP0 :

- l'interdiction des enseignes sur bâches, même temporaires, en zone ZP1, comme c'est déjà proposé en zone ZP0 au motif que ces enseignes sur bâches dégradent le cadre de vie ;
- la limitation de la superficie des publicités sur bâches à 8m² en zone ZP2, comme c'est le cas pour les zones ZP1, ZP3 et ZP4 ;
- la limitation de la surface des enseignes sur bâches à 8m² maximum.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que :

- l'intégralité du secteur de la Haute Ville sera classée en zone ZP0. Cette demande avait également été formulée par l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine (UDAP50) lors de la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDPNS) ;
- La publicité sur les bâches visant à sécuriser les chantiers reste autorisée, à condition que les bâches soient temporaires et que la surface dévolue à la publicité ne dépasse pas les 8m² ;
- Les enseignes sur bâche restent autorisées à condition que le dispositif soit temporaire et que la bâche constitue le seul dispositif d'enseigne de l'établissement concerné ;
- La surface est déjà limitée à 8m² en zone ZP2, comme indiqué en page 27 du règlement ;
- Le règlement sera complété pour limiter à 8m² maximum la surface dévolue à l'enseigne sur bâche, dans toutes les zones

Réponse du commissaire-enquêteur :

Compte-tenu, d'une part que la Haute Ville est un site inscrit et, d'autre part, de la présence dans ce site d'un grand nombre de monuments historiques, la totalité de la Haute Ville doit, en effet est classée en zone ZP0.

Concernant la publicité sur bâche visant à sécuriser les chantiers, celle-ci pourrait être interdite ou réduite en zone ZP1, pour garder l'esprit de la zone, une cohérence sur la manière se décline la publicité progressivement de zones en zones.

Le règlement autorise uniquement les enseignes temporaires sur bâches. La limitation à 8m² est cohérente.

L'observation n° 3 (R13 dans le registre numérique) est de madame DARLES qui précise ne pas avoir été informée de l'enquête publique, ce qui l'a conduite à consulter le dossier rapidement.

Elle s'étonne de l'absence de plan pour Longueville, par contre le maire a signé pour l'affichage en mairie ;

Elle remercie le service de l'urbanisme de lui avoir donné accès au dossier ;

Elle souligne que « ces documents limitent la liberté de chacun de pouvoir faire mettre un affichage en propriété » et pose la question : « quelle est la limite entre le droit privé et les interdictions et limitations toujours plus restrictives. Notre belle France est contrainte sans arrêt ».

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la commune de Longueville n'est pas concernée par le projet de RLPi et restera soumise au règlement national de publicité : il est donc tout à fait normal que le RLPi ne contienne pas de plan de zonage pour Longueville.

Le projet de règlement local de publicité a été travaillé pour constituer un compromis entre les libertés individuelles (notamment le droit d'exprimer des informations et idées par le moyen de la publicité), et la protection du cadre de vie ; en particulier du patrimoine architectural, naturel et paysager

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

10.1.3 Registre déposé à la mairie de Saint-Pair-sur-mer :

L'observation n° 1 (R14 dans le registre numérique) est de monsieur Daniel LECHAPELAIN qui précise que la surface de la zone du Croissant devrait être plus grande, jusqu'à « IDEE FIXE ». La zone d'activité de la Lande de Pacy ou la Petite Lande devrait être en zone P4 ou P3.

Il précise qu'il existe en préfecture un règlement et une commission, de laquelle il faudrait se rapprocher.

Enfin, il souligne que « faire le ménage » de tous les panneaux et préenseignes qui sont en infraction serait un bon début et qu'il conviendrait de bien interpréter la définition d'une préenseigne.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que les zones de réglementation de la publicité à Saint-Pair-sur-Mer suivent les limites d'agglomérations du code de la route (panneaux d'entrée de ville EB10). La ville de Saint-Pair-sur-Mer est défavorable à l'extension de ces zones vers le sud, car ce secteur ne présente pas les caractéristiques d'une agglomération (densité bâtie trop faible, largeur de chaussée importante, ...) De plus cela nécessiterait de déplacer le panneau de limite d'agglomération (et donc à la fois d'imposer une réduction de vitesse de circulation à 50 km/h sur tout le secteur, et de transférer à la commune l'entretien de la voirie actuellement assuré par le département). Le secteur reste néanmoins soumis au règlement national de publicité, et les enseignes des entreprises existantes sont réglementées par les articles dudit règlement.

La communauté de communes a évidemment tenu compte du règlement national de publicité lors de l'élaboration de son règlement local de publicité. Des réunions de concertation avec les Personnes publiques associées ont été réalisées tout au long de l'élaboration du RLPi, les services de la Préfecture ont participé et ont apporté des contributions au RLP.

Par ailleurs, le projet de RLPi a fait l'objet d'un avis (favorable) de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDPNS).

La demande que tous les panneaux et préenseigne en infraction soient retirés ne concerne pas directement l'élaboration du RLPi. Le président de la communauté de communes s'est opposé au transfert automatique du pouvoir de police de la publicité, qui restera du ressort des communes. Toutefois pour faciliter l'application du RLPi, Granville Terre et Mer mettra en place un service commun pour assister dans cet exercice les communes qui choisiront d'y adhérer. Les dispositifs déjà en infraction doivent être retirés immédiatement, ceux qui se retrouveront en infraction du fait de l'application des règles du RLPi disposeront d'un délai de mise en conformité (deux ans pour les publicités et préenseigne, six ans pour les enseignes).

Le projet de RLPi reproduit la définition des préenseigne données dans le code de l'environnement (« toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée »), et y ajoute un texte explicatif et une illustration qui devraient suffire à garantir la bonne compréhension de la notion de préenseigne. Les préenseignes sont traitées comme des publicités dans le règlement national de publicité et également dans le projet de RLPi.

Réponse du commissaire-enquêteur : La question d'intégrer la partie située au Sud Est de la zone du croissant peut, en effet, se poser. Toutefois, force est de constater que cette zone est en dehors des limites de l'agglomération, qui sont cohérentes. Le secteur reste soumis au règlement national de publicité.

L'observation n° 2 (R15 dans le registre numérique) est de monsieur Damien de GOUVILLE, membre du Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE) et gérant de la Société Normande d’Affichage (SNA), qui précise déposer deux documents : les observations de la SNA et la copie du courrier de la SNPE adressée à monsieur le Président de la communauté de communes Granville Terre et Mer en date du 30 octobre 2023. Il demande que ces deux documents soient retenus comme faisant partie de son observation à laquelle le commissaire-enquêteur doit répondre.

Dans son courrier, la SNA soulève des éléments sur la légalité externe et sur le fond.

Sur la légalité externe, il est soutenu :

- le non-respect des articles R153-20 et R153-21, au motif qu'aucune des publications requises n'a mentionné le ou les lieux où le dossier d'élaboration du RLPi pourrait être consulté par le public et par les professionnels. Il est fait référence à l'arrêt du Conseil d'Etat CE Ass 23/12/2011 n°335033 (Danthony) ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la délibération du 29 mai 2018 prescrivant l'élaboration du RLPi fait mention de nombreuses modalités de concertation du public : information sur internet, articles dans les magazines communaux et intercommunaux et dans la presse, réunion avec les acteurs concernés, réunion publique, exposition d'information, registre de concertation préalable... Cette délibération a fait l'objet des

mesures de publicité prévues aux articles R153-20 et R153-21 du code de l'urbanisme. Comme le rappelle la commission d'accès aux documents administratifs, les documents en cours d'élaboration n'ont pas vocation à être diffusés avant l'arrêt de projet du RLPi.

Réponse du commissaire-enquêteur : La délibération de prescription, qui prévoyait les modalités de la concertation, a fait l'objet de la publicité prévue. Les modalités de la concertation ont été suivies (trois réunions avec les professionnels de la publicité au lieu d'une seule prévue).

- l'absence de diagnostic évoqué à l'article R581-73 du code de l'environnement par la réalisation d'un état des lieux de la publicité extérieure et la vérification de leur conformité soit au code de l'environnement, soit aux règlements locaux de publicité existants. Or, il existait déjà un RLP depuis le 19 août 1988, couvrant les communes de Bréville, Donville, Granville, Saint-Pair-sur-Mer, Saint-Planchers et Yquelon ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que :

- Le rapport de présentation du RLPi comprend dans ses pages 84 à 144 un état des lieux des dispositifs publicitaires constitué d'un recensement des dispositifs existants et d'une analyse de leur conformité avec le règlement national de publicité et le règlement local de publicité
- L'article R581-73 s'applique au rapport de présentation du règlement local de publicité intercommunal, et non à la délibération le prescrivant. Le rapport de présentation du RLPi contient tous les éléments attendus par l'article R581-73 du code de l'environnement : diagnostic, orientations, objectifs, explication des choix retenus...

Réponse du commissaire-enquêteur : Sur la forme, il y a en effet dans le rapport de présentation le diagnostic, les orientations, les objectifs et la justification des choix retenus.

- la privation de l'accès au dossier d'élaboration du RLPi pour les opérateurs de publicité extérieure, qui n'ont eu accès au projet définitif qu'après l'arrêt du projet, les privant d'influer sur le contenu du projet et des plans de zonage, les renvoyant à l'enquête publique, réduisant ainsi le pouvoir d'influence des opérateurs de publicité ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que

- Conformément aux dispositions de l'article L153-16 du code de l'urbanisme, le projet de RLPi arrêté (zonage, rapport de présentation, règlement, annexe) a été transmis après l'arrêt de projet aux personnes publiques associées, aux communes membres de l'EPCI et à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDPNS). En plus de cette obligation, le projet de RLPi arrêté a été rendu accessible au public dans la semaine suivant l'arrêt de projet, sans attendre l'enquête publique. La notification spontanée de ces documents aux professionnels de la publicité extérieure le 12 décembre par la communauté de communes Granville Terre et Mer ne relevait d'aucune obligation réglementaire, mais d'un choix de l'intercommunalité d'informer au mieux les professionnels concernés par le projet.

- Les opérateurs de publicité extérieure ont été concertés à de multiples reprises : trois réunions spécifiques aux professionnels ont été organisées les 25 octobre 2022, 21 septembre 2023 et 24 octobre 2023, auxquelles la société normande d'affichage était présente et a pu s'exprimer. Les orientations et propositions réglementaires ont été présentées à chacune de ces réunions, qui ont toutes permis aux professionnels d'émettre des demandes soit pendant la réunion, soit après (par courrier). Celles-ci ont fait l'objet d'une analyse en comité de pilotage.

Réponse du commissaire-enquêteur : Les professionnels de la publicité ont participé à l'élaboration du projet dans des conditions plus larges que celles prévues initialement dans le cadre de la concertation. Ils ont le droit d'avoir le sentiment de ne pas avoir été entendus. Il n'empêche, qu'à un moment donné, la concertation prend fin, le projet est arrêté et soumis aux différentes personnes publiques pour avis et à enquête publique pour que chacun, professionnel de la publicité ou pas puisse faire ses remarques sur le projet.

- l'absence d'étude d'impact sur les conséquences du RLPi, violant ainsi les dispositions des articles L123-12 et R123-8 du code de l'environnement.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que l'article L123-12 du code de l'environnement ne mentionne aucune étude d'impact. L'article R123-8 dispose que « le dossier soumis à enquête publique contient si elle est requise l'étude d'impact et son résumé non technique ». Les règlements locaux de publicité intercommunaux ne font pas partie de la liste des plans et programmes devant faire l'objet d'une étude d'évaluation environnementale définie par l'article R122-17 du code de l'environnement

Réponse du commissaire-enquêteur : Le dossier n'est pas soumis à étude d'impact.

Sur le fond, la SNA soutient :

- des erreurs existent dans le préambule du rapport de présentation notamment, sur la mission d'intérêt général essentielle du mobilier urbain qui contrairement à ce qui y est affirmé, n'est nullement défini comme tel dans le code de l'environnement (L581-8 et R581-42 à R581-47), l'emploi de la notion d'« aire urbaine » (page 11/70) alors que le code de l'environnement fait référence à des unités urbaines de plus de 100 000 habitants, et page 13 le recours, par défaut, à la surface utile alors que la jurisprudence du Conseil d'Etat indique que la surface d'un dispositif s'entend par surface hors tout. Il est demandé la rectification de ces erreurs ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la description du mobilier urbain sera modifiée pour reprendre celle du règlement national de publicité et les mentions « d'aire urbaine » seront remplacées par les termes « d'unité urbaine ». La page 13 du règlement définit les modalités de calcul des surfaces : « totale » pour les publicités et préenseignes, et « utile » pour le mobilier urbain et les enseignes ; et définit les notions de surface totale et utile. Contrairement à ce qu'affirme la société normande d'affichage, c'est bien la surface

totale qui est utilisée pour la publicité murale ou scellée au sol, conformément aux demandes formulées par les professionnels de la publicité pendant la phase de concertation préalable à l'arrêt de projet. **La communauté de communes ajoute** que le règlement local de publicité intercommunal ne tient compte dans chaque zone que des typologies de support publicitaire : les règles s'appliquent sans faire de distinction entre domaine public et domaine privé.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes

- le tableau de la page 16/70 doit être légendé

La communauté de communes répond que la légende sera ajoutée au tableau page 16 du règlement.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes

- le rappel des règles du RNP sont inutiles dans le RLP sont inutiles ;

La communauté de communes répond que ces rappels faciliteront le travail des personnes chargées de rédiger les dossiers relatifs aux publicités, aux enseignes et aux pré-enseignes, ainsi qu'aux services en charge de l'instruction desdits dossiers, car les règles issues du règlement national de publicité restent opposables dans les différents secteurs du RLPi. Comme l'indique de règlement en page 17, elles sont matérialisées par un figuré spécifique pour permettre de différencier aisément les règles ajoutées par le RLPi des règles relevant du cadre national.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes

- l'article P1 fixe notamment les distances pour les différents dispositifs publicitaires par rapport aux ronds-points sont justifiés par la sécurité routière, impératifs qui sont extérieurs au cadre de vie (TA Grenoble, 9 mars 2010, RLP Bourgoin-Jallieu, CAA Bordeaux, 4 décembre 2018 RLPi Agen ; TA Orléans, 28 mars 2023, RLPi CA Bourges Plus) ;

La communauté de communes répond que, comme le rappelle le guide pratique relatif à la réglementation de la publicité extérieure édité par la direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature dans sa version de janvier 2024 (page 9 - Considérations liées à la sécurité routière) : "La poursuite de préoccupations étrangères à la protection de l'environnement est a priori interdite dans le cadre de la réglementation de la publicité extérieure, mais il existe des liens avec le code de la route notamment lorsque l'installation de certains dispositifs [...] peut avoir des incidences sur la sécurité routière. De la même manière, les tribunaux ne s'opposent pas aux dispositions contenues dans les règlements locaux de publicité (RLP) qui, tout en poursuivant des

motifs paysagers, ont pour effet d'assurer la sécurité des usagers des voies notamment lorsqu'ils interdisent la publicité aux abords des ronds-points." Le rapport de présentation du projet de RLPi justifie dans les pages 174 et suivantes les raisons de l'interdiction de la publicité à proximité des ronds-points. Cette justification sera néanmoins étoffée pour détailler les considérations relatives au paysage et à la sécurité des voies qui ont conduit à la réglementation de la publicité aux abords des ronds-points. Pour information, le rayon d'interdiction autour du centre des ronds-points a été réduit de 45 mètres à 30 mètres (voir réponses apportées aux demandes n° 13 et 20).

Réponse du commissaire-enquêteur : Le règlement local de publicité doit, en effet, être élaboré dans le souci de la préservation du cadre de vie et ne pas être motivé par autre chose. Par contre, il doit tenir compte de la réglementation existante et pas seulement celle du code de l'environnement. Dans le cas présent la communauté de communes doit tenir compte de l'article R. 418-4 du code de la route précise que « sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'intérieur ». La question n'est donc pas s'il faut instaurer une distance par rapport aux ronds-points où il existe plusieurs enjeux (direction, priorité et sécurité piétonne) mais la distance réellement nécessaire. Pour établir celle-ci, la communauté de communes a retenu la moyenne des distances prévues par l'ancien règlement local de publicité, moyenne qui s'établissait à 30 m du bord du rond-point et, pour des modalités d'appréciation a retenu le principe de 45 mètres depuis le centre du rond-point. En réponse aux demandes formulées au cours de l'enquête, elle propose que cette distance soit réduite à 30 mètres par rapport au centre du rond-point, ce qui m'apparaît être adapté (en ville le rayon extérieur des ronds-points est en général de plusieurs mètres).

- l'article P6 prévoit, concernant les densités, l'interdiction du cumul des longueurs de façade lorsqu'une unité foncière est bordée par plusieurs voies ouvertes à la circulation. Il est soutenu que cette restriction est contraire à la jurisprudence administrative (CAA Nancy, 18 mai 2017, RLP de Vandoeuvre-lès-Nancy) ;

La communauté de communes répond que la règle sera corrigée pour tenir compte de la jurisprudence (uniquement pour les parcelles bordées par plusieurs voies).

Réponse du commissaire-enquêteur : En effet, il y a lieu de corriger cette règle.

- l'article P0.4 précise que sur le mobilier urbain, l'affichage est autorisé sur les deux faces. Il est demandé plus de précision dans la qualification du mobilier urbain (différentes catégories de mobiliers urbains définis régis par les articles R581-43 à R581-47 du code de l'environnement). Il est rappelé le caractère accessoire de la publicité sur le mobilier urbain et qu'à ce titre la publicité ne peut être supportée sur les deux faces et deviendrait un dispositif publicitaire scellé au sol. Cette observation concerne également les articles P1.4, P2.4, P3.4 et P4.4 ;

La communauté de communes répond que le projet de RLPi (rapport de présentation et règlement) sera complété pour expliciter précisément ce qui est considéré comme du mobilier urbain sur lequel la publicité est autorisée (abribus, scellé au sol avec plan de ville, colonnes culturelles...).

Réponse du commissaire-enquêteur : Le mobilier urbain devra être explicité. La publicité doit avoir un caractère accessoire sur le mobilier urbain, ce caractère accessoire reste à définir.

- les articles P0.5 et P0.6 interdisent la publicité lumineuse et la publicité numérique. L'article P0.7 interdit les publicités numériques et/ou lumineuses à l'intérieur des vitrines. Ceci constitue une interdiction générale et absolue qui viole les dispositions de l'article L581-9 et R581-76 du code de l'environnement. Il est précisé que l'article L581-14-4 du code de l'environnement permet de réglementer voire restreindre les publicités et enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines mais pas de les interdire. Il en est de même pour les articles P1.5 et P1.6 (zone P1), P2.5 et P2.6 (zone P2), P3.5 et P3.6 (zone P3) ;

La communauté de communes répond que la réglementation de la publicité lumineuse, numérique, et lumineuse ou numérique à l'intérieur des vitrines ne constitue pas une interdiction générale et absolue, puisque ces dispositifs restent autorisés dans certaines parties du territoire : la publicité numérique et la publicité lumineuse sont autorisées en zone ZP4 (dont la surface est surface d'environ 150 hectares), la publicité lumineuse ou numérique est autorisée en zone ZP4. Cet encadrement est proportionné à l'objectif de protection du cadre de vie, les éléments de justification sont détaillés à partir de la page 173 du rapport de présentation. Le rapport de présentation du RLPi sera étoffé pour mieux justifier l'interdiction de la publicité lumineuse en zones ZP1, ZP2 et ZP3.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes. La seule interdiction présente dans toutes les zones concerne l'enseigne numérique.

- l'article P2.4 (page 26/70) est incompréhensible du fait de sa rédaction incomplète ;

La communauté de communes répond que la coquille sera corrigée en supprimant la phrase « à condition de ».

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

- l'article P3.2 présente les surfaces utiles maximales par façades : il serait utile et cohérent de parler de surfaces hors tout maximales. Ce même article impose des règles de densité sur les propriétés privées pour la publicité murale mais pas sur le domaine public (dispositifs publicitaire et mobilier urbain), ce qui est discriminant, abusif et donc illégal et condamné par la jurisprudence administrative (TA Grenoble 8 décembre 2020, CAA Lyon 22 décembre 2022 RLP Thonon-les-Bains, TA Toulon 5 octobre 2023, RLP Solliès-Pont). Il est ajouté que la CDNPS du Rhône a émis un avis défavorable pour les mêmes motifs sur le projet de RLP de la métropole de Lyon, qui fait l'objet de 4 recours en annulation. Ces restrictions discriminantes sont contraires à l'avis L&P Publicité du 22 novembre 2000 du Conseil d'Etat, relatif à la liberté du commerce et de l'industrie et au respect des règles de la concurrence ;

La communauté de communes répond que, contrairement à ce qu'affirme la société normande d'affichage, l'article P3.2 (page 29 du règlement) fait bien référence aux surfaces totales, conformément aux demandes formulées par les professionnels de la publicité pendant la phase de concertation préalable.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

- les articles P4.1 (dispositif scellé ou installé au sol), P4.2 (dispositif mural), P4.3 (dispositif apposé sur une clôture) et P4.6 (publicité numérique) comportent des règles de densité sur les propriétés privées mais pas l'article P4.4 relatif à la publicité supportée par le mobilier urbain. Il est considéré que ceci est discriminant, abusif et donc illégal et condamné par la jurisprudence administrative (TA Grenoble 8 décembre 2020, CAA Lyon 22 décembre 2022 RLP Thonon-les-Bains, TA Toulon 5 octobre 2023, RLP Solliès-Pont)

La communauté de communes répond que le RLPi ne fait pas de distinction entre domaine public et domaine privé (voir réponse formulée plus haut)

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

Dans son courrier du 30 octobre 2023, la SNPE

- attire l'attention du président de la communauté de communes sur l'absence d'étude sur les conséquences économiques et sociales du projet de RLPi. Il est fait mention de la circulaire n 5817/SG du premier ministre en date du 12 octobre 2015, qui impose la rédaction d'une fiche d'impact pour tous les projets de textes réglementaires ayant un impact significatif sur les entreprises, l'impact significatif pour les entreprises étant définis à hauteur de coûts annuels de plus

de 500 000 euros pour l'ensemble des entreprises et de plus de 10 000 euros pour au moins une entreprise ;

La communauté de communes répond que

- L'autorisation de la publicité scellée au sol sur la seule commune de Granville ne résulte pas du projet de règlement local de publicité intercommunal, mais du règlement national de publicité (article R581-31 du code de l'environnement) : la perte du patrimoine publicitaire annoncée correspond donc à des dispositifs publicitaires déjà illicites

- La circulaire 5817/SG du 12 octobre 2015 est adressée aux ministres et aux secrétaires d'État et s'applique aux textes réglementaires (projet de loi, proposition de loi, normes...) et non aux documents d'urbanisme. Elle ne s'applique qu'aux services déconcentrés de l'État, et non aux communautés de communes et autres collectivités locales.

Réponse du commissaire-enquêteur : Le règlement national de publicité interdit, en effet, les dispositifs scellés au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Par conséquent ces dispositifs ne sont possibles qu'à Granville.

La circulaire citée s'adresse en effet aux services de l'Etat.

-propose d'assouplir le format des dispositifs publicitaires ;

La communauté de communes répond que conformément aux échanges issus de la concertation préalable, les modalités de calculs des surfaces sont exprimées en surface totale (dite « hors tout ») pour les publicités et préenseignes, et en surface utile pour les enseignes et la publicité sur le mobilier urbain.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

- la modification du zonage de la ZP4 en intégrant, avenue des Matignons, la partie située entre la ZA des Mesnils et le stade Louis Dior inclus, et avenue des Vendéens, jusqu'au rond-point de la Sherbone ;

La communauté de communes répond que, comme l'indique le rapport de présentation, le secteur ZP4 correspond aux zones d'activités économiques [...] comprenant les zones industrielles, artisanales et commerciales [ainsi que des] supermarchés implantés de manière ponctuelle au sein du tissu bâti. Les caractéristiques des rues citées ne correspondent pas à cette description, et leur classement en secteur ZP4 ne serait pas justifié

Réponse du commissaire-enquêteur : Le bâti ne correspond pas aux zones d'activités économiques. Ces secteurs ne peuvent donc pas être intégrés dans la zone ZP4.

- l'exclusion de la protection des ronds-points en ZP4 à tous les supports de publicité et de préciser pour les zones ZP0, ZP1, ZP2 et ZP3, que l'interdiction de la publicité dans les ronds-points ne s'applique pas aux mobiliers urbains ;

La communauté de communes répond que le règlement de la zone ZP4 n'interdit que la publicité numérique aux abords des ronds-points, mais permet les autres formes de publicité (notamment scellée au sol et murale). L'interdiction des publicités aux abords des ronds-points ne concerne pas le mobilier urbain publicitaire.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il est un fait que l'interdiction des publicités aux abords des ronds-points ne concerne pas le mobilier urbain publicitaire. Généralement, l'implantation du mobilier urbain (notamment de type « abribus ») se fait à distance des ronds-points, selon les recommandations d'implantation.
En zone ZP4, la seule distance par rapport aux ronds-points concerne la publicité numérique.

- le retour, en zone ZP4, à 40 mètres pour la règle d'inter distance entre deux dispositifs publicitaires ;

La communauté de communes répond que le règlement de la zone ZP4 prévoit que la règle d'inter-distance entre deux dispositifs scellés au sol sur une même unité foncière ne s'applique pas si les dispositifs sont groupés. Les professionnels disposent donc d'une solution pour installer plusieurs dispositifs sur une même unité foncière. La règle d'inter-distance est maintenue pour limiter le nombre et la densité de publicités, comme le permet le code de l'environnement

Réponse du commissaire-enquêteur : La perception visuelle est plus impactée par la répétition de la publicité que par le fait qu'il y ait à distance raisonnable des panneaux regroupés. Il apparaît important de conserver des règles d'inter-distance.

- l'autorisation, en ZP3, pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants, d'autoriser l'implantation de deux publicités murales de même format maximum de 4 m² et alignées horizontalement ou verticalement sur le mur support ;

La communauté de communes répond que le projet de RLPi prévoit deux superficies maximales (respectivement 4,7 et 10,5 m²) pour les publicités murales, en fonction du nombre d'habitants de la commune d'implantation, (plus ou moins 10 000 habitants). Cette distinction permet de limiter l'impact visuel de la publicité murale extérieure dans les communes de plus petite taille

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

- la précision à apporter que l'interdiction de la publicité lumineuse n'est pas applicable aux dispositifs de publicité ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, conformément aux dispositions de l'article R581-34 du code de l'environnement.

La communauté de communes répond qu'en application de la définition donnée par l'article R581-34 du code de l'environnement, les affiches éclairées par projection ou par transparence sont des dispositifs lumineux et sont donc concernées par la réglementation du RLPi relative à la publicité lumineuse.

Réponse du commissaire-enquêteur : l'article R581-34 du code de l'environnement précise que « la publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Ce critère doit être retenu.

L'observation n° 3 (R21 dans le registre numérique) est de monsieur J.P. RUSSERCLE qui souligne « Enfin une réglementation sur l'affichage « sauvage » de publicité = clôtures, ronds-points, panneaux de signalisation, etc. Également sur les bas-côtés. Sauvegardons notre patrimoine. Les pubs des vide-greniers après les manifestations festives fleurissent dès le début des vacances (voir un rond-point sortie Bréhal vers *illisible*)

La communauté de communes Granville Terre et Mer note qu'il n'y a pas de demande d'évolution du document.

Réponse du commissaire-enquêteur : L'observation n'appelle pas de réponse particulière.

10.2 Réponse aux observations déposées sur le registre numérique

Six observations ont été déposées directement sur le registre numérique.

L'observation n° 1 (@9 dans le registre numérique) est de madame Coralie BRIAND, qui précise être, au regard du dérèglement climatique et du prix de l'énergie, contre toute publicité numérique sur le territoire. En effet, leur consommation est colossale, pour une nuisance réelle.

La communauté de communes Granville Terre et Mer note qu'il n'y a pas de demande d'évolution du document.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

L'observation n°2 (@17 dans le registre numérique, est de monsieur Alain MESLET, qui indique : « Le RLPi ne sera utile que s'il est appliqué. Or résidant depuis 8 ans sur la communauté de communes, j'ai pu constater que les règlements, textes, lois, arrêtés, aujourd'hui en vigueur, sont allègrement transgressés, malgré de constantes réclamations auprès des autorités compétentes, Maire, police municipale, GTM , service de l'urbanisme...)

Concernant Granville, pour exemple concret, concernant la réglementation de l'affichage immobilier, l'arrêté municipal 16-487 n'est pas respecté, Réponse de la police municipale (en substance) : " on a averti les contrevenants, ils ne veulent pas se régulariser, on ne peut rien faire "....Maire et DGS informés, sans effet.,

Zone ZPPAUP (protégée dans les textes, de manière rigoureuse sur ce sujet) de la Haute Ville, particulièrement touchée ; ville inondée de panneaux illégaux (importants panneaux de promotion immobilière sans autorisation préalable, pouvant perdurer de très nombreux mois voire années (immeuble ex Banque de FRANCE entre autres) ; panneaux vendus (publicité) apposés depuis des années, affichage sur panneaux d'éclairage ou de signalisation, très nombreux panneaux "à vendre" (pré-enseignes) en contravention avec le code de l'environnement, du Patrimoine...etc etc...)

Disposition des pouvoirs du maire depuis le 1er janvier sont sans aucun effet, malgré les relances ;

L'ABF, en rendez-vous, valide mon constat.

Une responsable administrative de GTM (elle se reconnaitra et en substance): " le respect de ces dispositions ne sont pas une priorité, il y a beaucoup plus grave que ça", et me suggère de prendre un avocat pour faire respecter la Loi

Le président de GTM ayant renoncé à son pouvoir de police administrative et l'ayant transféré aux maires n'est pas un signe positif car compliquera l'application du texte.

Ce commentaire est largement non exhaustif, je pourrais développer mais pas le temps et il est totalement anormal que j'aie à faire ce type de constat.

"Interpellation citoyenne" de ma part sur ce sujet en conseil municipal, sans retour sur la réponse car problème informatique... Réponse uniquement en Septembre...

La ville de Donville, elle, procède à des régularisations.

Sans prise en compte sérieuse du sujet et de volonté de la part de l'autorité de police administrative, le RLPi aura très peu d'impact.

Commentaire largement non exhaustif.

Je transfère ce mail par courrier aussi au Préfet ».

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond cette observation ne concerne pas directement l'élaboration du RLPi.

Sur le territoire de Granville Terre et Mer, la police de publicité n'a jamais été une compétence intercommunale, et la communauté de communes ne souhaite pas s'exprimer sur la manière dont l'État et les communes ont exercé cette compétence lorsqu'elle leur revenait.

Le président de la communauté de communes s'est effectivement opposé au transfert automatique du pouvoir de police de la publicité, qui restera du ressort des communes ; toutefois pour faciliter l'application du RLPi, Granville Terre et Mer mettra en place un service commun pour assister dans cet exercice les communes qui choisiront d'y adhérer

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

L'observation n° 3 (@18 dans le registre numérique) est de monsieur Arnaud GILLE, directeur du patrimoine de AFFIOUEST, qui précise que AFFIOUEST est un afficheur régional, implanté sur le territoire depuis de nombreuses années, que ses réseaux d'affichages sont utilisés par les acteurs économiques et culturels locaux pour soutenir leurs évènements et activités et que la suppression volontaire et programmée de ces outils de communication portera atteinte à ce dynamisme local et incitera au développement de l'affichage sauvage non maîtrisé. C'est pourquoi, il lui apparaît urgent de prendre en compte ces remarques pour bâtir ensemble un mieux vivre en intelligence.

A cette observation, il joint un courrier qui détaille les points suivants :

« La publicité par Affichage extérieur est le seul média règlementé par le Ministère de l'environnement. La volonté de Granville Terre et Mer est la préservation du cadre de vie.

La règlementation actuelle comprend la Loi dite ENE (2010 décrétée en 2012) complétée par la loi Climat & Résilience de l'été 2021 et le décret du 5 octobre 2022 sur l'extinction des publicités lumineuses, ainsi que les décrets de fin 2023. Ces textes définissent très clairement un cadre pour l'activité affichage extérieur.

A leur application nous avons tous constaté dans nos villes la dépose de nombreux panneaux. Ceux existants aujourd'hui sont donc en conformité, il est du pouvoir des préfets voire des maires de veiller à cela. Ces panneaux permettent aux annonceurs locaux de tenir informés les habitants de leurs activités et évènements. Les collectivités elles-mêmes en connaissent l'efficacité puisque de nombreux dispositifs publicitaires sont disposés sur l'espace public des différentes communes de Granville Terre et Mer. L'intégralité de ces dispositifs est intégrée dans le cadre de vie, les autorités responsables ne les ayant pas fait déposer. Aujourd'hui cette activité se déroule donc en harmonie avec les milieux urbains et la règlementation. Cela représente plusieurs emplois sur l'agglomération.

Des engagements sont pris en terme d'efficience environnementale : labellisation RSE, papier issu de forêts FSC, encres végétales, ... Voici donc une activité intégrée répondant aux attentes environnementales voire les devançant en mettant à disposition des annonceurs un outil permettant de mesurer l'empreinte carbone d'une campagne pour la compenser. A ce titre c'est le seul média proposant cet outil.

La communauté de communes répond que l'existence effective d'un dispositif ne suffit pas à le rendre conforme à la règlementation. Comme l'indique le rapport de présentation du projet de RLPi, plus de 20% des dispositifs recensés lors du diagnostic n'étaient pas conformes au règlement national de publicité.

Réponse du commissaire-enquêteur : La publicité est un secteur règlementé. L'objectif du RLPi est d'adapter cette règlementation au territoire. L'absence d'exercice du pouvoir de police ne vient pas régulariser la situation. Les panneaux ne répondant pas à la règlementation devront être déposés dans le délai défini pour la mise en conformité.

Restreindre l’affichage extérieur sur le domaine privé (à l’application du RLPi plus de 30% de nos panneaux ne seront plus en conformité) laissera le champ libre aux seuls autres médias de ciblage local : internet et les applications mobiles. Sont-ils aussi soucieux de l’impact environnemental, nécessitant l’utilisation d’écrans (ordinateur, tablette, smartphone, ...), de serveurs pour héberger ces publicités (la question se pose sur leurs localisations, consommation énergétique, pouvoir calorifique, ...) aux impacts à court, moyen et long termes importants sur le climat... La publicité extérieure est 3.6 fois moins énergivore que celle sur le web... D’une activité respectueuse et engagée vers la neutralité carbone, allons-nous subir de nouveaux impacts ravageurs sur le climat ? Posons-nous les questions également des consommations énergétiques à l’heure où les crises environnementales et internationales nous rappellent l’importance de l’efficacité de nos actes. Il est essentiel de ne pas permettre une surconsommation programmée.

La communauté de communes répond que cette observation ne concerne pas directement l’élaboration du RLPi.

Réponse du commissaire-enquêteur : Quel que soit le bienfondé de la réflexion, elle ne concerne pas directement l’élaboration du RLPi.

Pourquoi la restriction touche-t-elle uniquement le domaine privé en autorisant la publicité sur mobilier urbain en ZP1 et ZP2 ? Ces implantations publiques ne risquent-elles pas de créer une distorsion de concurrence ? L’opérateur ayant la délégation de service public va se retrouver en position monopolistique. Ceci est contraire à l’article 420-1 et 420-2 du Code de Commerce.

La communauté de communes répond que le règlement local de publicité intercommunal ne tient compte dans chaque zone que des typologies de support publicitaire : les règles s’appliquent sans faire de distinction entre domaine public et domaine privé. La délégation de service public est soumise au code de la commande publique et doit respecter une procédure stricte prévoyant diverses modalités de mise en concurrence : elle ne saurait donc en aucun cas introduire une distorsion de la concurrence.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il apparaît très clairement que le projet retient la possibilité de procéder à de l’affichage sur le mobilier urbain, là où la publicité « traditionnelle » est interdite. En ce sens, il y a un réel déséquilibre. Celui-ci ne doit pas être regardé uniquement sur le plan commercial car comme le dit la communauté de communes, chacun peut répondre à l’offre de marché public. Mais ce déséquilibre doit se regarder, au-delà de l’équité ou du monopole qu’il constitue comme ne répondant pas à la préservation du cadre de vie. En effet, si la publicité n’est pas acceptable dans un secteur car elle porte atteinte au cadre de vie, placée sur un mobilier urbain, elle continue de porter atteinte au cadre de vie.

Nous sommes en accord pour remettre à plat l'implantation géographique des panneaux d'affichage et la réduction de leur format. Nous demandons le maintien de l'affichage mural sur les Zones Résidentielles (ZP2) en en réduisant le format à 4.7m2. Nous proposons également la rédaction de protection murale suivante :« Un dispositif publicitaire ne peut masquer ni les chaînages d'angles du mur qui le supporte, ni les modénatures des façades. » Cela permettra de proposer un réseau efficace et respectueux sur Granville Terre et Mer.

Les entreprises de Granville Terre et Mer subissent la hausse du coût de l'énergie, la hausse du coût des matières premières, les tensions sur leurs marchés, ... Elles ont besoin de communiquer pour se maintenir. En plus des conséquences directes et instantanées pour les afficheurs et leurs sous-traitants, c'est tout le bassin économique granvillais qui serait impacté à moyen terme. Est-ce la volonté de ce règlement ? Nous demandons une écoute effective de nos paroles et des réponses à ces questions afin de construire ensemble un mieux vivre en intelligence ».

La communauté de communes répond que la zone ZP2 est une zone de bâti résidentiel : les publicités y sont permises mais encadrées (dispositifs installés au sol, sur clôture, sur mobilier urbain, sur bâche temporaire...) en raison du caractère résidentiel du secteur. Les raisons de l'interdiction de la publicité murale sont détaillées dans le rapport de présentation à la page 179 (lisibilité des dispositifs, préservation du cadre de vie, fréquentation moindre, passage régulier de la population résidente par les secteurs ZP3 ou ZP4 où elle pourra être exposée à l'information publicitaire)

<p>Réponse du commissaire-enquêteur : Le zonage est cohérent. La zone ZP2 est résidentielle et la publicité n'y est pas nécessaire. Les zone ZP3 et ZP4 offrent, quant à elles plus de possibilités.</p>

L'observation n° 4 (@19 dans le registre numérique) est de madame Nathalie MAZIC, secrétaire générale de la SNPE, qui indique :

Les entreprises adhérentes du Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE) ont pris connaissance avec une très grande inquiétude du projet de règlement intercommunal de la publicité de Granville Terre et Mer. Ce RLPi ne permettra pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux, et conduira à terme à la disparition de notre média sur le domaine privé de l'agglomération et de l'activité économique qu'il génère. Il est regrettable qu'aucune étude d'impact des futures dispositions qui seront adoptées n'ait été présentée afin d'éclairer les choix qui auraient été les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et d'évaluer les conséquences qui peuvent être raisonnablement attendues pour chacune des parties concernées.

L'accès à la communication extérieure est un outil indispensable au développement des activités économiques implantées dans l'agglomération de Granville. La publicité extérieure est en effet un Média de proximité qui permet aux acteurs économiques locaux, et notamment au secteur du tourisme, de se faire connaître et d'assurer leur développement et leur notoriété, primordiaux dans une optique de relance économique et de redynamisation des territoires et des centres-villes. Le seul support mobilier urbain publicitaire n'y suffit pas dans la mesure où il est majoritairement réservé aux annonceurs nationaux.

La publicité extérieure apporte également des ressources non négligeables aux collectivités locales et participe au développement économique des territoires. Un RLPI trop restrictif privera également les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières. Les entreprises de communication extérieure (publicité extérieure et enseignes) acquittent chaque année auprès des collectivités locales la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) permettant de contribuer significativement au budget de fonctionnement communal.

Les sociétés d'affichage contribuent en outre au pouvoir d'achat des bailleurs privés des communes qui nous louent leur propriété à des fins publicitaires en échange du versement d'un loyer qui représente un complément de ressource non négligeable, équivalent pour la plupart d'entre eux à un treizième mois de salaire ou de retraite.

La publicité extérieure est un média indispensable pour les collectivités et leurs administrés et un secteur qui doit être économiquement préservé. Afin de maintenir une concurrence loyale sur tout le territoire de l'agglomération de Granville, nos représentants ont fait part, tout au long de la procédure, de leurs préoccupations et de propositions d'aménagements réglementaires permettant d'améliorer les équilibres du projet de texte dans le respect des sites sensibles de l'agglomération et des principales préoccupations environnementales présentées. En vain ».

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que conformément aux dispositions de l'article L123-12 du code de l'environnement, l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal n'est pas soumise à étude d'impact

<p>Réponse du commissaire-enquêteur : En effet, le projet n'est pas soumis à étude d'impact. Par contre, dans le dossier il existe un chapitre qui traite de la justification des choix retenus.</p>

A cette observation est jointe une liste d'observations et propositions d'aménagement réglementaire :

- L'article L.581-1 du code de l'environnement dispose que : « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur » À ce titre, le RLP doit concilier, d'une part, la liberté d'affichage et d'expression et d'autre part, la protection du cadre de vie. Si un régime strict d'interdiction est particulièrement justifié dans les sites les plus sensibles, un régime excessivement contraignant notamment dans les secteurs commerciaux et le long des principaux axes de communication paraît en revanche disproportionné. Le Conseil d'Etat a consacré l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie (CE Sect. Avis 22 novembre 2000 soc. L&P Publicité, AJDA 2001, p.198, note M-C Rouault) (*Cf. analyse juridique qui suit*) ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le projet de règlement local de publicité a été travaillé pour constituer un compromis entre les libertés individuelles (notamment le droit d'exprimer des informations et idées par le moyen de la publicité), et la protection du cadre de vie ; en particulier du patrimoine architectural, naturel et paysager. Afin d'assurer ce compromis, le projet de RLPi détermine plusieurs zones délimitées en fonction de l'organisation de l'activité (zone dévolue à l'activité économique, zone résidentielle, zone de centre-ville...) et propose des règles adaptées à leur niveau de sensibilité

paysagère. La justification de l'adéquation entre ces zones et les règles proposées est détaillée à partir de la page 173 du rapport de présentation.

Réponse du commissaire-enquêteur : Le principe est de décliner les zones depuis celles qui ont les plus fortes contraintes environnementales, architecturales et cadre de vie pour aller vers celles qui en ont le moins, à savoir les zones commerciales et artisanales. La réglementation en matière de publicité devient plus permissive, plus ouverte au fil de ces zones.

- à l'article P2, relatif aux matériaux et supports, il est demandé le retrait de la limitation de l'épaisseur du dispositif à 0,30m et fait, pour cela, référence à l'arrêt de la CAA de Nancy du 18 mai 2017, n°16NC00986 ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que l'article P.2 sera modifié pour autoriser une épaisseur de 30 cm par face (soit 60 cm pour un dispositif double face) et d'autoriser une dérogation pour le pied et l'éclairage du dispositif.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre en compte cette demande.

- à l'article P2, rajouter que l'interdiction de déborder du cadre ne s'applique pas aux éléments d'éclairage ;

- à l'article P2, remplacer la rédaction « un dispositif ne peut compter plus de 2 faces » par « Un dispositif publicitaire ne peut être composé de plus de deux cadres ou écrans apposés dos à dos et de même dimension. Ces cadres peuvent accueillir chacun un ou plusieurs messages publicitaires » ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le règlement sera modifié pour remplacer le terme de face par celui de cadre, et intégrera une définition du terme de cadre inspirée de celle proposée par le SNPE.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre en compte cette demande.

- à l'article P2, la suppression du 6° « Les supports doivent s'intégrer à leur environnement : sont attendues des dimensions et proportions appropriées au support, ainsi qu'au contexte paysager et architectural dans lequel le dispositif s'inscrit. » au motif que cette disposition est trop générale et imprécise et source de litiges quant à son application. Il est mentionné qu'un règlement doit être clair et intelligible (Cf. Conseil constitutionnel, 16 décembre 1999, n° 99-421 DC ; Conseil d'Etat, 24 mars 2006, Société KPMG, n°288460 ; Conseil d'Etat, 29 octobre 2013, Association Les amis de la rade et des calanques, n°360085) ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que bien que d'ordre général, la rédaction est claire et intelligible, et cette règle constitue un garde-fou contre d'éventuels dispositifs particulièrement mal intégrés à leur environnement.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il convient de donner acte à la réponse de la communauté de communes.

- à l'article P2, préciser le point 11° « Les passerelles et autres accessoires de pose ou de dépose doivent être amovibles ou non visibles depuis l'espace public » par « les passerelles devront être amovibles ou escamotables dès lors qu'elles sont visibles depuis la voie publique » ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que les passerelles escamotables peuvent ajouter de l'épaisseur au dispositif publicitaire, constituer une nuisance visuelle, voire présenter un danger en cas de dysfonctionnement (dispositif non-escamoté, mal verrouillé...). Les passerelles visibles de l'espace public devront rester amovibles et être retirées entre chaque intervention sur le dispositif. De plus à notre connaissance, il n'y a pas de dispositif escamotable sur le territoire à ce jour et pour les raisons évoquées ci-dessus les élus, la Communauté de Communes ne souhaite pas que ce type de dispositif se développe

Réponse du commissaire-enquêteur : Il convient de laisser la rédaction comme proposée dans le projet de RLPI, qui correspond aux pratiques actuelles.

- à l'article P4, remplacer la rédaction par « la hauteur se calcule par rapport au sol naturel à l'aplomb du panneau » ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la proposition sera reprise.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il convient de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

- à l'article P6, retirer le paragraphe portant sur la méthode de calcul de la règle de densité non conforme à la jurisprudence rendue en la matière : CAA Nancy 18 mai 2017 (n° 16NC00986) qui retient qu'au sens des dispositions de l'article R.581-25 du code de l'environnement, « une unité foncière est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision. Par ailleurs, il résulte de ces dispositions que, pour la détermination du nombre de dispositifs pouvant être installés, il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique » ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la règle sera corrigée pour tenir compte de la jurisprudence (uniquement pour les parcelles bordées par plusieurs voies).

Réponse du commissaire-enquêteur : Il convient de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

- à l'article P7, d'assouplir l'obligation d'extinction entre 23h et 6 h du matin ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que les horaires proposés dans le projet de RLPi (21h – 7h) sont justifiés à la fois par des considérations d'ordre économique et écologique (limitation de la consommation d'énergie), environnemental (prise en compte de la biodiversité et des espèces animales nocturnes, préservation de la trame noire), et paysagères (préservation des paysages nocturnes). Il est précisé que cette réponse ne concerne pas les enseignes lumineuses, qui, pour des raisons de lisibilité économique pourront rester allumées pendant la plage d'ouverture de l'activité qu'elles signalent.

Réponse du commissaire-enquêteur : Les horaires sont réellement adaptés au territoire.

- d'intégrer dans le zonage ZP4, les deux axes suivants : Avenue des Matignons : de la ZA des Mesnils jusqu'au Stade Louis DIOR inclus ; Avenue des Vendéens : jusqu'au rond-point de Sherborne (plan joint) ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que comme l'indique le rapport de présentation, le secteur ZP4 correspond aux zones d'activités économiques [...] comprenant les zones industrielles, artisanales et commerciales [ainsi que des] supermarchés implantés de manière ponctuelle au sein du tissu bâti ; ce qui ne correspond pas aux caractéristiques des secteurs cités.

Réponse du commissaire-enquêteur : Le secteur ne correspond pas à une zone artisanale ou commerciale. Il ne répond donc pas aux critères de la zone ZP4.

- aux articles P3.0 et P4.0, lister les ronds-points pour lesquels une interdiction se justifie, réduire le rayon d'interdiction à 25 mètres à partir du bord extérieur des ronds-points et limiter l'interdiction aux seules publicités scellées au sol.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond : L'interdiction de la publicité est justifiée aux abords de la majorité des ronds-points, aussi bien pour des motifs de protection du cadre de vie que pour des considérations liées à la sécurité routière. Ainsi la publicité numérique est interdite dans un rayon de 100m à partir du centre du rond-point en ZP4, les autres formes de publicité restant possible en raison de la nature de la zone (dominance d'activités économiques) Dans les autres zones, notamment la zone ZP3 constituée des axes routiers structurants et centres-bourgs et la zone ZP2 à dominance résidentiel, les motifs de protection du cadre de vie et de sécurité routière excluent la réintroduction de supports publicitaires

supplémentaires (notamment la publicité murale) qui peuvent avoir une incidence aussi bien sur le paysage que sur l'attention des usagers de la route.

La communauté de communes souhaite continuer à se référer à la distance par rapport au centre du rond-point, qui est plus simple à mesurer avec les outils géomatiques que la distance par rapport au bord. La distance du périmètre d'interdiction des publicités aux abords des ronds-points est abaissée à 30 mètres à partir du centre du rond-point (contrairement à 45 mètres prévus lors de l'arrêt de projet) ce qui correspond environ à une distance de 20 à 25 mètres par rapport au bord extérieur des ronds-points.

Réponse du commissaire-enquêteur : Le recul par rapport aux ronds-points est tout à fait logique. La distance abaissée à 30 mètres depuis le centre du rond-point est réaliste.

L'observation n° 5 (@L dans le registre numérique) est de maître Marie-Christine GROZDOFF pour le compte de l'entreprise APS, qui tient à attirer l'attention sur « l'absence évidente de conciliation entre la protection du cadre de vie et la préservation du dynamisme économique et commercial des acteurs locaux » et « de souligner l'illégalité de la procédure suivie que de certaines dispositions du texte arrêté ».

En préambule, il est soutenu que le Code de l'environnement (article L581-1) rappelle que la publicité extérieure est une des nombreuses formes de la communication et se rattache au « droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées ». Elle est l'un des grands médias publicitaires, au même titre que la presse écrite, la télévision, la radio, internet et le cinéma, qui permet la promotion des activités des acteurs économiques locaux, contribue à soutenir la consommation, la croissance et l'emploi et permet de se faire connaître sur sa zone de chalandise. Le RLP permet à une collectivité de fixer des règles locales concernant la publicité au regard des paramètres locaux tant en termes d'esthétique que d'économie.

Il est souligné que si la communauté de communes a établi un diagnostic de l'existant, elle ne produit aucun élément quant à l'évaluation des conséquences du projet tant en termes d'impact environnemental qu'économique et que faute d'avoir vérifié l'adéquation entre les objectifs poursuivis et les contraintes règlementaires retenues, alors même que les représentants de la préfecture, tant en commission des sites que dans l'avis rendu en tant que PPA ont émis des réserves sur ce point, le texte, s'il était approuvé, ne manquerait pas d'être entaché d'illégalité.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que les grands et très grands dispositifs publicitaires ne représentent « que » 13,6% des dispositifs recensés, mais leur nombre reste élevé puisque 1056 dispositifs ont été relevés, dont 275 publicités et préenseignes (données issues du rapport de présentation). Par ailleurs, leurs dimensions supérieures à 2,5 m² les rendent beaucoup plus visibles que les dispositifs de petits et moyens formats (respectivement inférieures à 1 m² et comprises entre 1 et 2,5 m²).

La communauté de communes Granville Terre et Mer ajoute que l'élaboration d'un RLPi n'est soumise ni à étude d'impact environnemental, ni à étude d'impact économique. Ces questions ont toutefois été largement évoquées durant l'élaboration du document, que ce soit en interne ou lors des échanges avec les personnes publiques associées ou les professionnels de la

publicité extérieure. Le règlement du RLPi n'a pas pour objet d'éradiquer ou d'interdire la publicité extérieure, mais règlemente les supports selon le niveau de sensibilité paysagère des différents secteurs, et leurs caractéristiques et fonctions (présence ou non d'activités économiques, tissu résidentiel, etc.)

L'adéquation entre les objectifs poursuivis et la réglementation retenue est justifiée dans le rapport de présentation du RLPi, à partir de la page 173. Un tableau reprenant chaque orientation et indiquant les règles qui s'y rapportent sera ajouté pour mettre en évidence cette adéquation entre orientations du RLPi et réglementation.

Réponse du commissaire enquêteur : Il n'appartient au commissaire-enquêteur de juger de la légalité en tant que telle. Il peut toutefois être précisé que l'élaboration du RLPi n'est pas soumise à étude d'impact telle que définie dans le code de l'environnement. La communauté de communes doit justifier de la cohérence des choix. Le rapport de présentation contient, un chapitre « justification des choix » (pages 161 et suivantes).

Sur la légalité externe, il est souligné que :

- la délibération du conseil communautaire du 29 mai 2018 a été publiée dans le journal Ouest-France du 11 août 2018 et affichée dans les 38 communes et au siège de l'EPCI mais qu'aucune de ces publications mentionne le ou les lieux où le dossier d'élaboration du RLPi peut être consulté par le public, empêchant les professionnels et les commerçants locaux d'être informés. L'information du public est insuffisante.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la délibération du 29 mai 2018 prescrivant l'élaboration du RLPi fait mention de nombreuses modalités de concertation du public : information sur internet, articles dans les magazines communaux et intercommunaux et dans la presse, réunion avec les acteurs concernés, réunion publique, exposition d'information, registre de concertation préalable... Comme le rappelle la commission d'accès aux documents administratifs, les documents en cours d'élaboration n'ont pas vocation à être diffusés avant l'arrêt de projet du RLPi. Néanmoins, les opérateurs de publicité extérieure ont été concertés à de multiples reprises : trois réunions spécifiques aux professionnels ont été organisées les 25 octobre 2022, 21 septembre 2023 et 24 octobre 2023, auxquelles la société APS était présente et a pu s'exprimer. Les orientations et propositions réglementaires ont été présentées à chacune de ces réunions, qui ont toutes permis aux professionnels d'émettre des demandes soit pendant la réunion, soit après (par courrier). L'ensemble des retours a été analysé en comité de pilotage

Réponse du commissaire enquêteur : Les modalités de la concertation ont été définies lors de la délibération de prescription de l'élaboration du RLPi en date du 29 mai 2018. Les professionnels de la publicité ont été consultés et disposent encore de l'enquête publique pour faire avancer le projet.

- seules 22 communes sur les 32 communes membres de la communauté de communes ont débattu au sein de leur conseil municipal des orientations du projet. De ce fait, il est considéré que le débat sur les orientations sur les orientations n'a pas été organisé dans l'ensemble des conseils municipaux des communes membres, en méconnaissance de la charte de gouvernance adoptée le 29 mai 2018.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que conformément aux articles L581-14-1 du code de l'environnement et L153-12 du code de l'urbanisme, le débat prévu au sein des conseils municipaux des communes membres est réputé tenu s'il n'a pas eu lieu au plus tard deux mois avant l'arrêt de projet. La « charte de gouvernance pour accompagner le transfert de la compétence document d'urbanisme et élaborer un plan local d'urbanisme intercommunal » adoptée en 2019 n'a pas pour objet de réglementer l'élaboration du RLPi. Néanmoins, les communes ont été consultées et ont pu participer à l'élaboration du RLPi tout au long de la procédure.

Réponse du commissaire enquêteur : Il convient de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

- il n'apparaît pas, à la lecture du dossier, que les courriers transmis par les sociétés de publicité extérieure ou par leurs instances représentatives n'ont pas été portés à la connaissance des élus communautaires, que ces derniers ont été privés d'une réelle garantie en matière d'information, susceptible d'entacher d'irrégularité la procédure.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que l'ensemble des courriers reçus pendant la période de concertation préalable, ainsi qu'un résumé succinct de ces courriers ont été transmis aux membres du conseil communautaire en amont de l'arrêt de projet du RLPi en conseil communautaire du 30 novembre 2023 (cf. Pièces : bilan de la concertation et annexes au bilan de la concertation, disponibles dans le dossier d'enquête publique).

Réponse du commissaire enquêteur : Il y a dans le dossier d'enquête publique un document annexe au bilan de la concertation qui comprend des courriers reçus par la communauté de communes.

Il est soutenu que les prescriptions retenues par la communauté de communes ont un impact fort sur l'entreprise APS, qui se verrait empêchée, en cas de maintien du projet arrêté, de maintenir son activité sur le territoire concerné.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le projet de règlement local de publicité a été travaillé pour constituer un compromis entre les libertés de commerce et d'affichage ; et la protection du cadre de vie, en particulier du patrimoine architectural, naturel et paysager. Afin d'assurer ce compromis, le projet de RLPi détermine plusieurs zones délimitées en fonction de la vocation dominante du secteur (zone dévolue à l'activité économique, zone résidentielle, zone de centre-ville...) et propose des règles adaptées à leur niveau de sensibilité paysagère. La justification de l'adéquation entre ces zones et les règles

proposées est détaillée à partir de la page 173 du rapport de présentation. Les trois réunions de concertation spécifiques aux professionnels de la publicité extérieure ont permis de faire évoluer le document tout au long de son élaboration en tenant compte des enjeux économiques remontés par les professionnels. À cet effet, l'arrêt de projet en conseil communautaire a même été repoussé du 21 septembre au 30 novembre pour permettre à la communauté de communes d'analyser et d'intégrer leurs demandes. Les chambres consulaires consultées (chambre de commerce et de l'industrie, chambre des métiers et de l'artisanat) en tant que personnes publiques associées ont émis un avis favorable sur le projet de RLPi ; la chambre de commerce et de l'industrie a notamment écrit que « le classement du territoire en 5 zones est pertinent et permet une juste adaptation des règles en fonction des secteurs du territoire qui sont hétérogènes » ou que « les règles portant sur les matériaux et supports sont très pertinentes ».

Réponse du commissaire enquêteur : La difficulté est de connaître les effets réels, ceux qui sont liés à l'élaboration même du RLPi, ceux qui sont liés à l'illégalité de l'implantation des différents dispositifs existants,... C'est pourquoi il ne peut être répondu réellement dans le cadre de l'enquête publique. Seul le juge est à même de dire si le préjudice est direct et certain.

Sur le fond, après un rappel des principes de droit pour l'élaboration du RLPi, plusieurs points sont abordés :

- concernant le zonage, il est demandé quelle est la justification de l'interdiction de la publicité au stade Louis Dior (ZP3), qui bénéficie de recettes publicitaires en contrepartie de publicités sur son terrain alors que la commune de Granville, en tant que PPA a notifié la création d'une ZP4 dans ce secteur ? L'enclave commerciale « G2M et la Mie Caline », située comme le magasin LIDL en zone pavillonnaire mériterait un classement identique en ZP4 ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le stade Louis DIOR est situé aux abords d'un axe routier structurant, justifiant son classement en secteur ZP3. La publicité n'est pas interdite : les dispositifs installés au sol, muraux, apposés sur clôture (s'ils sont temporaires), supportés par le mobilier urbain, numériques ou lumineux à l'intérieur des vitrines (s'ils sont éteints la nuit), et sur bâche (s'ils sont temporaires) sont autorisés.

L'enclave commerciale est située en secteur ZP3 où la publicité n'est pas interdite (voir ci-dessus). Contrairement au magasin LIDL, ces commerces sont situés :

- En entrée de ville de Granville,
- À l'intersection de deux périmètres de protection des monuments historiques,

Comme l'indique le rapport de présentation, « le secteur ZP4 correspond aux zones d'activité économiques [...] comprenant les zones industrielles, artisanales et commerciales [ainsi que des] supermarchés implantés de manière ponctuelle au sein du tissu bâti » ; ce qui ne correspond pas aux caractéristiques de l'enclave concernée. Elle est néanmoins située aux abords d'un axe routier structurant, ce qui justifie son classement en secteur ZP3. La communauté de communes rappelle que le classement de ce secteur en zone ZP3 où la publicité est autorisée constitue déjà un large assouplissement par rapport à au règlement national de publicité qui interdit la publicité à proximité des monuments historiques.

Réponse du commissaire enquêteur : Le RLPi doit être l'adaptation du RNP au niveau local. Cela passe par la définition de zones, qui deviennent par leur classement, progressives à l'introduction de la publicité, ceci dans le souci de la préservation du cadre de vie. A ce titre, à mon sens, il n'y a pas d'erreur de zonage.

- concernant la discrimination, il est fait état de l'omniprésence de la publicité sur les trottoirs sur le mobilier urbain, en toutes zones, y compris des secteurs historiques ainsi que dans les secteurs où la publicité sur le domaine privé est interdite. Le projet entraînera 90% de perte du patrimoine d'APS sans aucune possibilité de réimplantation. Il est considéré que le projet de règlement correspond davantage à une interdiction déguisée des dispositifs sur propriétés privées au profit des mobiliers sur domaine public gérés par la collectivité, qu'à l'harmonisation des supports de publicité au sein du territoire intercommunal.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le règlement local de publicité intercommunal ne tient compte dans chaque zone que des typologies de support publicitaire : les règles s'appliquent sans faire de distinction entre domaine public et domaine privé.

La dérogation autorisant la publicité sur mobilier urbain en zone ZP0 (où les autres formes de publicité sont très fortement réglementées compte-tenu de l'intérêt patrimonial et paysager du secteur) est supprimée. La publicité sur mobilier urbain sera interdite.

A propos de la perte de 90% du patrimoine de la société, la communauté de communes ajoute que ces chiffres avaient déjà été communiqués par les entreprises APS et SNA lors de la réunion de concertation du 24 novembre 2023, au cours de laquelle les professionnels avaient reconnu qu'ils englobaient également des dispositifs scellés au sol installés sur les communes de Donville-les-Bains et Yquelon, et donc illicites au regard du code de l'environnement qui interdit la publicité scellée au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants. La communauté de communes avait demandé une communication du nombre de dispositifs réellement impactés par le RLPi, demande restée sans réponse à ce jour.

L'objectif d'un règlement local de publicité intercommunal n'est ni d'interdire la publicité, ni d'harmoniser les supports ; mais bien d'encadrer la publicité en constituant un compromis entre les libertés d'affichage et la préservation du cadre de vie. Afin d'assurer ce compromis, le projet de RLPi détermine plusieurs zones délimitées en fonction de la vocation dominante du secteur (zone dévolue à l'activité économique, zone résidentielle, zone de centre-ville...) et propose des règles adaptées à leur niveau de sensibilité paysagère. La justification de l'adéquation entre ces zones et les règles proposées est détaillée à partir de la page 173 du rapport de présentation. La publicité n'est aucunement interdite par le projet de RLPi de Granville Terre et Mer et restera tout à fait possible (bien qu'encadrée) après l'entrée en vigueur du document.

Réponse du commissaire enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la décision, qui devra être confirmée par le conseil communautaire, lors du vote d'approbation du projet, de la suppression de la publicité sur le mobilier urbain en zone ZP0.

- concernant la protection la protection des ronds-points (article P3.0), le rayon d'interdiction est fixé à 45 m à compter du centre du rond-point. Cette interdiction ne s'applique pas pour le mobilier urbain supportant la publicité. Cette règle équivaut à une interdiction générale et absolue de la publicité murale aux abords de ronds-points en ZP3. Elle est insuffisamment circonstanciée et est illégale au regard de la jurisprudence (TA Grenoble 9 mars 2010, UPE c/ Bourgouin-Jallieu).

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que comme le rappelle le guide pratique relatif à la réglementation de la publicité extérieure édité par la direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature dans sa version de janvier 2024 (page 9 - Considérations liées à la sécurité routière) : "La poursuite de préoccupations étrangères à la protection de l'environnement est a priori interdite dans le cadre de la réglementation de la publicité extérieure, mais il existe des liens avec le code de la route notamment lorsque l'installation de certains dispositifs [...] peut avoir des incidences sur la sécurité routière. De la même manière, les tribunaux ne s'opposent pas aux dispositions contenues dans les règlements locaux de publicité (RLP) qui, tout en poursuivant des motifs paysagers, ont pour effet d'assurer la sécurité des usagers des voies notamment lorsqu'ils interdisent la publicité aux abords des ronds-points." Le rapport de présentation du projet de RLPi justifie dans les pages 174 et suivantes les raisons de l'interdiction de la publicité à proximité des ronds-points. Cette justification sera néanmoins étoffée pour détailler les considérations relatives au paysage et à la sécurité des voies qui ont conduit à la réglementation de la publicité aux abords des ronds-points

Réponse du commissaire enquêteur : Le règlement local de publicité doit, en effet, être élaboré dans le souci de la préservation du cadre de vie et ne pas être motivé par autre chose. Par contre, il doit tenir compte de la réglementation existante et pas seulement celle du code de l'environnement. Dans le cas présent la communauté de communes doit tenir compte de l'article R. 418-4 du code de la route précise que « sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'intérieur ». La question n'est donc pas s'il faut instaurer une distance par rapport aux ronds-points où il existe plusieurs enjeux (direction, priorité et sécurité piétonne) mais la distance réellement nécessaire. Pour établir celle-ci, la communauté de communes a retenu la moyenne des distances prévues par l'ancien règlement local de publicité, moyenne qui s'établissait à 30 m du bord du rond-point et, pour des modalités d'appréciation a retenu le principe de 45 mètres depuis le centre du rond-point. En réponse aux demandes formulées au cours de l'enquête, elle propose que cette distance soit réduite à 30 mètres par rapport au centre du rond-point, ce qui m'apparaît être adapté (en ville le rayon extérieur des ronds-points est en général de plusieurs mètres. Il est vrai que cette interdiction ne s'applique pas au mobilier urbain. Toutefois, le mobilier urbain, sur le territoire, est principalement constitué d'« abribus », dont l'implantation tient compte des recommandations suivantes : éviter la proximité des ronds-points, placer l'arrêt de bus à 30 mètres en aval d'un carrefour pour s'assurer que l'arrêt du bus ne va pas encombrer le carrefour. De ce fait, soit c'est un non-sujet, soit la même règle peut être imposée au mobilier urbain.

- concernant les règles de densité, en ZP3 (article P3.2), dans les communes de moins de 10 000 habitants, la publicité n'est admise que sur support mural et elle est limitée à un seul support au mur au format de 4m². Il est souligné qu'il n'y a aucune justification apportée quant à cette restriction. De même concernant la publicité sur dispositifs scellés au sol, en zone ZP4, le règlement prévoit une inter distance de 50 m entre deux dispositifs sur une même unité foncière. Il est soutenu que le législateur a privilégié la règle de densité basée sur un nombre de dispositifs maximal par unité foncière, écartant toute notion d'inter distance (CAA Paris n°17PA23182AA du 30 juillet 2019).

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que contrairement à ce qu'indique l'entreprise APS, la publicité est autorisée sur divers supports en zone ZP3, même dans les communes de moins de 10 000 habitants : les dispositifs installés au sol, muraux, apposés sur clôtures (s'ils sont temporaires), supportés par le mobilier urbain, numériques ou lumineux à l'intérieur des vitrines (s'ils sont éteints la nuit), et sur bâche (s'ils sont temporaires) sont autorisés. De la même façon, la taille des dispositifs muraux autorisés en zone ZP3 dans les communes de moins de 10 000 habitants est de 4,7m² et non 4m². Comme l'indique les justifications des choix développées à partir de la page 173 du rapport de présentation, le choix d'encadrer la publicité murale est justifié par l'orientation « limiter l'impact visuel des publicités murales », et la superficie de 4,7m² a été choisie car elle correspond à un standard de la profession.

Le règlement de la zone ZP4 prévoit que la règle d'inter-distance entre deux dispositifs scellés au sol sur une même unité foncière ne s'applique pas si les dispositifs sont groupés. Les professionnels disposent donc d'une solution pour installer plusieurs dispositifs sur une même unité foncière, sans tenir compte de la règle de densité.

Réponse du commissaire enquêteur : Dans les communes de moins de 10 000 habitants, la publicité n'est autorisée que sur des supports existants et les dispositifs sont limités en taille. A la demande des professionnels, la taille de 4,70 m hors tout a été retenue. Concernant la zone ZP4, la stratégie de grouper les panneaux entre dans le cadre des dispositions que la communauté de communes peut prendre pour éviter l'application d'une règle de densité.

L'entreprise APS propose :

- sur la commune de Granville d'intégrer en ZP4 l'enclave commerciale « G2M – La Mie Caline boulevard des Vendéens ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que comme l'indique le rapport de présentation, "le secteur ZP4 correspond aux zones d'activités économiques [...] comprenant les zones industrielles, artisanales et commerciales [ainsi que des] supermarchés implantés de manière ponctuelle au sein du tissu bâti"; ce qui ne correspond pas aux caractéristiques de l'enclave concernée. Elle est néanmoins située aux abords d'un axe routier structurant, ce qui justifie son classement en secteur ZP3. La communauté de communes rappelle que le classement de ce secteur en zone ZP3 où la publicité est autorisée constitue déjà un large assouplissement par rapport à au règlement national de publicité qui interdit la publicité à proximité des monuments historiques.

Réponse du commissaire enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

- sur la commune de Granville de prolonger la ZP4 de l'avenue des Matignons depuis le magasin ALDI jusqu'au stade Louis DIOR ;

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le stade Louis Dior est entouré d'habitations et ne fait pas partie d'une zone économique à vocation industrielle, artisanale ou commerciale comprise au sein des limites d'agglomération : un classement en secteur ZP4 ne saurait être justifié.

Réponse du commissaire enquêteur : Ce secteur ne répond pas aux critères de la zone ZP4, zone d'activités économiques.

- d'exclure la protection des ronds-points pour les muraux en ZP3 ;
- de prévoir la possibilité d'apposer un second panneau mural de 4m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ;
- de supprimer la règle d'inter distance entre deux dispositifs sur le domaine privé en ZP4.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que l'interdiction de la publicité est justifiée aux abords des ronds-points pour des motifs de protection du cadre de vie et des considérations liées à la sécurité routière. Ces motifs excluent la réintroduction de supports publicitaires supplémentaires (notamment la publicité murale) qui peuvent avoir une incidence aussi bien sur le paysage que sur l'attention des usagers de la route.

Réponse du commissaire enquêteur : L'instauration d'une distance par rapport aux ronds-points est justifiée. Dans son mémoire en réponse, la communauté de communes propose de réduire cette distance à 30 mètres à compter du centre du rond-point. La communauté de communes ne répond pas explicitement sur les deux dernières questions, auxquelles elle a répondu dans les précédentes observations.

L'observation n° 6 (@23 dans le registre numérique) est de monsieur Alexis DANIEL pour le compte de la SCI PROJET C. Cette observation reprend les mêmes éléments que ceux avancés sur le registre « papier » (observation n°3 du registre déposé au siège de GTM). Ce dépôt a permis l'intégration de l'observation dans le registre numérique.

La communauté de communes invite à se reporter à la réponse apportée à l'observation n° 3 déposée sur le registre du siège de la communauté de communes.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il convient, en effet de se référer à la réponse de la communauté de communes et celle du commissaire-enquêteur apportées à l'observation n°3 sur le registre déposé au siège de la communauté de communes.

10.3 Réponse aux observations transmises par courrier électronique (Emails)

Six observations ont été adressées par voie électronique puis enregistrées sur le registre numérique.

L'observation n° 1 (E3 du registre numérique) est de monsieur Claude PICAULT qui demande le retrait d'un panneau publicitaire, rue des Vendéens, près du rond-point St Nicolas, en bordure de sa propriété, ayant en permanence vue sur celui-ci.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que cette observation ne concerne pas directement l'élaboration du RLPi. Après analyse, le panneau concerné est un dispositif lumineux, scellé au sol, d'environ 10 m² situé dans le périmètre de protection de deux monuments historiques. Il semble que ce panneau ne soit pas conforme au règlement national de publicité actuellement en vigueur, ni aux dispositions du règlement local de publicité en projet.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

L'observation n° 2 (E10 du registre numérique) est de monsieur Arnaud GUILLAUME, habitant de Granville, qui précise avoir pris connaissance de l'enquête publique concernant la publicité sur le domaine public, qu'il ne cautionne pas ce qu'est devenu Granville en terme de publicité : la route de Villedieu est devenue une jungle sur les affiches/publicités, lumineuses ou non, et les enseignes dans le centre-ville amènent une pollution lumineuses anachronique.

Il remercie pour les efforts tendant à rendre meilleures nos villes et à pousser vers l'intérêt public et non l'intérêt de quelques-uns.

La communauté de communes Granville Terre et Mer constate qu'il n'y a pas de demande d'évolution du document.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

L'observation n° 3 (E11 du registre numérique) est de la ville de GRANVILLE, qui invite le commissaire-enquêteur à trouver jointe la lettre de la ville de Granville avec la signature au bon endroit.

(Il est à signaler que la lettre avait été présentée, lors de la permanence à la mairie de Granville, initialement avec la signature uniquement en bas à gauche -pas sous le texte- du recto et que le verso n'était pas signé. Pour éviter toute contestation, s'agissant d'un courrier administratif allant au-delà de l'avis exprimé lors de la consultation de la commune, j'ai proposé aux représentants de la ville de faire signer cette lettre à la fin du texte, comme c'est traditionnellement l'usage).

Cette lettre correspond en tous points à celle déposée dans le registre de Granville (observation n°2).

La communauté de communes Granville Terre et Mer invite à se reporter à la réponse apportée à l'observation n° 2 déposée sur le registre déposé à la mairie de Granville.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de se reporter à la réponse apportée à l'observation n° 2 déposée sur le registre déposé à la mairie de Granville.
--

L'observation n° 4 (E12 du registre numérique) est de Batida, groupe de musique brésilienne, qui fait de la publicité pour ses prestations.

(Cette observation aurait dû être filtrée en SPAM et est sans rapport avec l'enquête publique).

Réponse du commissaire-enquêteur : Il s'agit en effet d'un SPAM sans rapport avec l'enquête publique.
--

L'observation n° 5 (E16 du registre numérique) est de monsieur Charles-Henri DOUMERC pour le compte de UPE (Union de la Publicité Extérieure), qui indique que le projet de RLPi est manifestement contraire au principe de conciliation auquel tout RLP doit répondre et qui est pourtant imposé par le code de l'environnement : il est un acte administratif règlement, prescrivant des règles qui s'imposent aux sociétés locales d'affichage et aux enseignistes, Il doit donc concilier de manière optimale les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux dans le strict respect de la liberté d'expression.

Le RLPi doit être compréhensible et source de sécurité juridique, or ce projet complexifie davantage la réglementation locale.

Il est fait différentes propositions :

Concernant le champ d'application du RLPi, il est proposé de supprimer la mention selon laquelle le RLPi complète ou modifie les dispositions du RNP puisque l'article L581-14 précise que l'ECPI...peut élaborer « un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L581-9 et L581-10 ».

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la mention sera modifiée pour reprendre les termes exacts du code de l'environnement selon lesquels le RLPi « adapte » les dispositions du règlement national de publicité.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

Concernant les matériaux et supports, il est demandé la modification de l'article P2 pour que l'épaisseur des dispositifs publicitaires soient portés de 0,30m à 0,60 m. Il est également proposé de modifier le point 2 du même article (Un dispositif ne peut comporter plus de deux faces) en introduisant une nouvelle rédaction : « Un dispositif publicitaire peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité ». Les points 5 et 6 sont également remis en cause car ils entraînent des obligations beaucoup trop générales, susceptibles d'entraîner une insécurité juridique pour les entreprises ainsi que pour la police administrative de l'affichage, du fait d'une appréciation subjective, contraire au principe constitutionnel de clarté et d'intelligibilité (CAA Paris, 30 juillet 2019 n°17PA23182) : de ce fait, il est demandé la suppression de ces dispositions. Le point 10 du même article (aucun élément ne peut déborder du cadre...) est remis en cause dans la mesure où il exclut de fait les rampes d'éclairage et il est proposé pour ce point la rédaction suivante : Lorsqu'il existe l'éclairage est réalisé par rampe ou rétro-éclairage. Les spots, quelle que soient leur forme sont interdits. Enfin, il est demandé une nouvelle rédaction du point 11 pour tenir compte des obligations légales et réglementaires en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation : Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que l'article P.2 sera modifié pour autoriser une épaisseur de 30 cm par face (soit 60 cm pour un dispositif double face).

Le règlement sera modifié pour remplacer le terme de face par celui de cadre, et intégrera une définition du terme de cadre inspirée de celle proposée par le SNPE (voir réponse apportée à la contribution n°13).

La rédaction est claire et intelligible et cette règle constitue un garde-fou contre d'éventuels dispositifs particulièrement mal intégrés à leur environnement.

Les passerelles escamotables peuvent ajouter de l'épaisseur au dispositif publicitaire, constituer une nuisance visuelle, voire présenter un danger en cas de dysfonctionnement (dispositif non-escamoté, mal verrouillé...). Les passerelles visibles de l'espace public devront rester amovibles et être retirées entre chaque intervention sur le dispositif. De plus à notre connaissance, il n'y a pas de dispositif escamotable sur le territoire à ce jour et pour les raisons évoquées ci-dessus les élus, la Communauté de Communes ne souhaite pas que ce type de dispositif se développe.

L'article P.2 sera modifié pour autoriser une épaisseur de 30 cm par face (soit 60 cm pour un dispositif double face) et d'autoriser une dérogation pour permettre le débord du pied et du système d'éclairage du dispositif en dehors de ces 30 centimètres (voir réponse apportée à la contribution n°13).

Les passerelles escamotables peuvent ajouter de l'épaisseur au dispositif publicitaire, constituer une nuisance visuelle, voire présenter un danger en cas de dysfonctionnement (dispositif non-escamoté, mal verrouillé...). Les passerelles visibles de l'espace public devront rester amovibles et être retirées entre chaque intervention sur le dispositif. De plus à notre connaissance, il n'y a pas de dispositif escamotable sur le territoire à ce jour et pour les raisons évoquées ci-dessus les élus, la Communauté de Communes ne souhaite pas que ce type de dispositif se développe

Réponse du commissaire-enquêteur : Concernant le vocable cadre, il y a lieu de prendre en compte la réponse de la communauté de communes. Sur l'intégration environnementale, il y a lieu de maintenir cette disposition, qui viendra limiter les dispositifs excentriques. Concernant l'article P2, il y a lieu de prendre en compte la proposition de la communauté de communes de porter pour autoriser une épaisseur de 30 cm par face (soit 60 cm pour un dispositif double face) et d'autoriser une dérogation pour permettre le débord du pied et du système d'éclairage du dispositif en dehors de ces 30 centimètres et enfin, pour les passerelles, de les enlever dès lors qu'elles sont visibles de l'espace public. Cette mesure participe à la préservation du cadre de vie.

Concernant la densité (article P6), il est rappelé l'analyse de la Cour Administrative d'Appel de Nancy (CAA Nancy, 18 mai 2017, n°16NC00986) et demandé d'en tenir compte, à savoir que lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs peuvent être cumulées entre elles.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que La règle sera corrigée pour tenir compte de la jurisprudence (uniquement pour les parcelles bordées par plusieurs voies).

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre en compte la réponse de la communauté de communes.

Concernant l'extinction nocturne des publicités lumineuses, il est rappelé que le décret 2022-1294 du 5 octobre 2022 a uniformisé les horaires d'extinction des publicités et enseignes lumineuses de 01h00 à 06h00. Compte tenu des besoins en communication des annonceurs locaux et des événements pouvant être organisés en soirée, il est préconisé une extinction des publicités lumineuses entre 23h00 et 06h00.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que les horaires proposés dans le projet de RLPi (21h – 7h) sont justifiés à la fois par des considérations d'ordre économique et écologique (limitation de la consommation d'énergie), environnementale (prise en compte de la biodiversité et des espèces animales nocturnes, préservation de la trame noire), et paysager (préservation des paysages nocturnes). Il est précisé que cette réponse ne concerne pas

les enseignes lumineuses, qui, pour des raisons de lisibilité économique pourront rester allumées pendant la plage d'ouverture de l'activité qu'elles signalent.

Réponse du commissaire-enquêteur : Les horaires proposés sont adaptés au territoire. De ce fait et pour les motifs explicités par la communauté de communes, il n'y a pas lieu de les modifier.

Concernant le zonage, il est demandé l'intégration des abords des axes routiers structurants du territoire en zone P3. Il est demandé expressément que soient intégrés dans leur intégralité, à Bréhal, la rue Guy Moquet, l'avenue Maurice Marland, les rue de la Gare de Briselance et du Bocage ; à Cérences, les rues de l'Épinay et du Bocage ; à Granville, les boulevards des Antilles et celui du Québec, les rues du Vieux Moulin et Jean Jaurès ; à Jullouville l'avenue Armand Jullou ; à La Haye-Pesnel, l'avenue Ernest Corbin ; à Saint-Pair-sur-mer, les routes de l'Écutot, du Croissant et de Lezaut et à Yquelon la rue de Normandie et l'avenue de l'Europe.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que, comme l'indique le rapport de présentation du projet de RLPi, le secteur ZP3 correspond aux principaux centres-bourgs dynamiques et attractifs du territoire (hormis Granville et Saint-Pair-sur-Mer qui bénéficient d'un autre zonage en raison des caractéristiques patrimoniales), les abords des axes routiers structurants, et le port de Granville (qui est une porte d'entrée du territoire par voie maritime). Les axes demandés correspondent plutôt aux critères de la zone ZP2 : zone de bâti résidentiel intégrée dans les limites d'agglomération. La proposition de zonage a déjà fait l'objet de nombreux échanges entre la communauté de communes et les professionnels de la publicité extérieure.

Réponse du commissaire-enquêteur : La zone ZP3 est définie dans le règlement comme étant une zone de centres-bourgs et le long des axes routiers structurants ou porte d'entrée du territoire. L'examen de ces rues montre qu'à Bréhal, la seule qui serait susceptible de remplir les critères est l'avenue Maurice Marland depuis le panneau d'entrée en agglomération jusqu'au carrefour avec la rue des Naults et la rue du Bocage, du panneau d'entrée en agglomération jusqu'au carrefour avec la rue du Clos des Mares. Compte tenu des faibles tracés, qui ne se relient pas au centre bourg et du caractère tout de même résidentiel des lieux, je ne suis pas favorable au changement de zonage.

A Cérences, la rue de l'Épinay, se présente sur place comme une petite route de campagne et un tel zonage serait incohérent avec la préservation du cadre de vie. Il en est de même pour la rue du Bocage.

A Granville, les boulevards des Antilles et du Québec traversent le quartier Saint-Nicolas, quartier d'habitation constitué de grands immeubles et les rues du vieux moulin et Jean Jaurès sont constituées de petites habitations traditionnelles. Il ne peut être donné une suite favorable à cette demande.

A Jullouville, la rue Armand Jullou n'est pas vraiment un axe structurant.

A Saint-Pair-sur-mer, la rue de l'Écutot traverse une zone résidentielle, qui cherche à s'étendre. La rue du Croissant borde d'un côté la zone ZP4 et la zone située hors agglomération. De l'autre côté elle longe une zone agricole.

A Yquelon, la partie à l'Ouest du boulevard de l'Europe est en zone ZP4 et la partie à l'Est en zone pavillonnaire. Il se poursuit vers le bourg d'Yquelon classé en zone résidentielle puisqu'il n'y a pas vraiment de centre bourg. Il en est de même pour la rue de Normandie qui doit être maintenue en zone résidentielle ZP2.

Concernant les dispositifs lumineux en vitrine, la limitation s'appliquant aux dispositifs lumineux en zones ZP1, ZP3 et ZP4, est contesté du fait qu'elle manque de clarté et d'intelligibilité (CE Ass 24 mars 2006, Sté KPMG et autres, n°288460) (CE 29 octobre 2013, Association Les amis de la rade et des calanques et autres, n°360085 ; CE 11 décembre 2015 Polynésie française, n°378622) car le RLPi ne définit pas ce qui est entendu par « jour » et par « nuit », qu'à ce jour l'arrêté ministériel relatif à la luminance des publicités pas été publié eu égard à la forte technicité et complexité du sujet. Il est soutenu qu'en l'absence de base légale, la communauté de communes Granville Terre et Mer est manifestement incompétente pour prendre de telles dispositions dans son futur RLPi. De plus, le projet ne définit aucun protocole pour déterminer les valeurs limite, pour apprécier le dépassement de celles-ci sachant qu'habituellement les professionnels utilisent des mesures de 1 à 20 et que de nombreuses variables entrent en jeu. Les seuils de luminance retenus correspondent à ceux d'un écran d'ordinateur, ce qui ne permettrait pas de lisibilité. Par conséquent, il est demandé la suppression des seuils maximum de luminescence en candélas/m², dans la mesure où ces dispositions s'apparentent à une interdiction déguisée sans fondement scientifique valable et qu'elles entretiennent également une forte insécurité juridique susceptible de recours contentieux.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le terme de luminescence sera remplacé par celui de luminance, et les prescriptions chiffrées seront supprimées du projet de règlement en attendant la parution du décret prévu à l'article R581-34. Le règlement conservera une prescription non-chiffrée demandant l'adaptation de la luminance des dispositifs selon la luminosité ambiante.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre acte de la réponse de la communauté de communes.

Concernant l'interdiction des dispositifs lumineux en vitrine, à l'intérieur des vitrines des commerces en ZP0 et ZP2 et dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants en ZP1, ZP3 et ZP4 pour les seules publicités lumineuses, il est rappelé l'article L 581-14-4 du code de l'environnement permet à un RLP(i) de réglementer, selon quatre items, les publicités et les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique mais ne peut en aucune façon et en aucune manière prévoir des interdictions directes ou déguisées. Par conséquent, il est proposé de supprimer toute interdiction des publicités lumineuses et des enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, en ZP0 et ZP2 et dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants en ZP1, ZP3 et ZP4 pour les seules publicités lumineuses.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la réglementation des publicités et enseignes lumineuses en vitrine ne constitue pas une interdiction générale et absolue, car ces dispositifs sont autorisés en secteurs ZP1, ZP3 et ZP4. Dans les secteurs où elles sont interdites, l'interdiction est justifiée par l'intérêt patrimonial ou le cadre de vie (le secteur ZP0 est un secteur à sensibilité paysagère et patrimonial qui mérite une protection particulière, et le secteur ZP2 est un secteur résidentiel où les commerces sont peu nombreux et disposent de suffisamment d'autres moyens d'assurer la visibilité de leurs activités).

Réponse du commissaire-enquêteur : Je reste favorable au maintien de l'exclusion des publicités lumineuses à l'intérieur des zones ZP0 et ZP2, de par leur caractère.

Concernant la surface des dispositifs lumineux en vitrine, règlement prévoit en ZP1, ZP3 et ZP4, qu'au sein des agglomérations communales de plus de 10 000 habitants, les publicités numériques et/ ou lumineuses à l'intérieur des vitrines des commerces sont autorisées sous conditions que leur largeur et leur longueur ne dépassent pas 29,7 cm x 42 cm [format A3- hors encadrement] et d'être éteints en dehors des horaires d'ouvertures [hors pause méridienne] et enfin que la luminescence ne doit pas dépasser certains seuils [max 500 candélas/m² de jour et 400 candélas/m² de nuit]. Il est souligné que le RLPi ne doit pas fragiliser davantage l'activité commerciale des villes. Pour ne pas trop impacter les commerces du centre-ville, il est suggéré de fixer une surface cumulée à 2 m² de la/ des publicité(s) lumineuse(s) et de l'/ des enseigne(s) implantée(s) derrière une vitrine ou baie en toute zone. Cette proposition permet en effet d'appréhender ces univers diversifiés et que les supports lumineux soient éteints entre 23h00 et 06h00.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond qu'il est à noter qu'à ce jour il n'y a que peu de dispositif publicitaire lumineux/numérique en vitrine. Les dispositifs existants concernent principalement des enseignes lumineuse/numérique en vitrine (comme les annonces rétro éclairées des agences immobilières) En cohérence avec la surface des publicités numériques hors vitrine, la surface cumulée des publicités lumineuses/numériques en vitrine sera limitée à 2m². Cette disposition ne s'applique pas aux enseignes lumineuses/numériques en vitrine pour lesquelles la seule limitation de la taille unitaire est fixée.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre en compte la réponse de la communauté de communes.

Concernant les distances au rond-point, il est souligné le caractère drastique du règlement (45 m en ZP3 et 100m pour les publicités numériques.). Il est proposé de ramener cette distance à 30 mètres. Cette proposition reprend les recommandations du Guide pratique des Aménagements des carrefours interurbains qui indique qu'une vision complète du quart gauche de l'anneau.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la distance du périmètre d'interdiction des publicités aux abords des ronds-points est abaissée à 30 mètres à partir du centre du rond-point (contrairement à 45 mètres prévus lors de l'arrêt de projet).

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre en compte la réduction à 30 mètres depuis le centre du rond-point, de la distance d'interdiction de publicité. Par contre, rien ne justifie une distance de 100 mètres pour la publicité numérique. Il ne saurait être retenue une gêne plus grande au point de multiplier par 3,33 la distance d'interdiction. Par contre, la luminance peut être réglementée.

Concernant la règle d'inter distance en ZP4 de 50 mètres entre deux dispositifs publicitaires scellés au sol en ZP4, il est rappelé que le législateur a écarté toute notion d'inter distance au sein du règlement national de publicité (RNP) et privilégié la règle de densité basée sur un nombre de dispositifs maximal autorisé par unité foncière. De plus, cette règle d'inter distance représente un risque de mise en position dominante d'un professionnel vis-à-vis d'un autre. Enfin, elle vient complexifier l'application du futur RLPi. Il est donc proposé de supprimer la disposition fixant une règle d'inter distance entre deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur domaine privé en ZP4.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que le règlement de la zone ZP4 prévoit que la règle d'inter-distance entre deux dispositifs scellés au sol sur une même unité foncière ne s'applique pas si les dispositifs sont groupés. Les professionnels disposent donc d'une solution pour installer plusieurs dispositifs sur une même unité foncière. La formulation de la règle semble claire et intelligible.

Réponse du commissaire-enquêteur : Cette règle apparaît cohérente avec la recherche de la préservation du cadre de vie.

Concernant la publicité numérique, il est demandé la suppression des seuils maximum de luminescence en candélas/m², d'interdistance en ZP4 et que les publicités numériques soient éteintes de 23h00 à 06h00.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que les prescriptions chiffrées seront supprimées du projet de règlement en attendant la parution du décret prévu à l'article R581-34. Le règlement conservera une prescription non-chiffrée demandant l'adaptation de la luminance des dispositifs selon la luminosité ambiante (voir réponse apportée à la demande n°20).

Les horaires proposés dans le projet de RLPi (21h – 7h) sont justifiés à la fois par des considérations d'ordre économique et écologique (limitation de la consommation d'énergie), environnemental (prise en compte de la biodiversité et des espèces animales nocturnes, préservation de la trame noire), et paysager (préservation des paysages nocturnes).

Réponse du commissaire-enquêteur : Je comprends d l'abandon des prescriptions chiffrées, source de contestation tant que le décret ne sera pas signé et en même temps c'est le moyen de limiter les effets du numérique sur le cadre de vie, sans exclure une technologie, qui devenait facile à maîtriser.

Concernant les dispositifs publicitaires permanents sur bâche, il est rappelé qu'en application l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités. Ainsi, il convient de ne pas interdire par principe ces outils de communication puisque ces dispositifs sont soumis à autorisation préalable. Par ailleurs, un RLPi étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des événements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés. Par conséquent, il est préconisé de permettre l'implantation des bâches publicitaires et d'appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation préalable au cas par cas.

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que les bâches publicitaires ont un impact visuel important, notamment du fait de leur format tout en largeur. Le projet de règlement adapte les dispositions du règlement national de publicité, notamment en imposant le caractère temporaire de la publicité sur bâche, et sa limitation aux manifestations (par exemple les portes ouvertes d'une école) ; aux événements culturels ponctuels (par exemple un festival) ou aux événements d'intérêt général (par exemple le don du sang).

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre en compte la réponse de la communauté de communes.

Concernant le domaine ferroviaire en gare, y compris le parvis, il est demandé la rédaction suivante : Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis de la gare de Granville, les règles pourraient être les suivantes : Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ; Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec une surface d'écran de 2 m².

La communauté de communes Granville Terre et Mer répond que la communauté de communes ne souhaite pas assouplir les règles relatives au parvis de la gare et aux quais non-couverts situés au sein d'un espace bâti en proximité du centre-ville de Granville. Il est précisé que l'intérieur de la gare n'est pas concerné par le RLPi.

Réponse du commissaire-enquêteur : Il y a lieu de prendre en compte la réponse de la communauté de communes.

L'observation n° 6 (E20 du registre numérique) est du comité directeur de l'US GRANVILLE, qui indique prendre connaissance du fait que l'enclave du Stade Louis Dior sera classée en ZP3 et que, par conséquent, aucune publicité ne sera autorisée en bordure de l'avenue des Matignon dès son entrée en vigueur. L'argument principal avancé pour son classement en ZP3 est que le stade est situé en zone pavillonnaire. Ce n'est pas tout à fait faux, mais pas tout à fait vrai contrairement au magasin Lidl localisé avenue Aristide Briand.

Dans ce secteur totalement résidentiel, il n'y a aucune activité commerciale de proximité. Malgré cela, la parcelle du magasin Lidl se voit attribuer un classement ZP4. L'enseigne pourra donc faire toute la publicité qu'elle voudra sur un dispositif 8m² double face.

La communauté de communes répond que, comme l'indique le rapport de présentation, le secteur ZP4 correspond aux zones d'activités économiques [...] comprenant les zones industrielles, artisanales et commerciales [ainsi que des] supermarchés implantés de manière ponctuelle au sein du tissu bâti. Le magasin Lidl est un supermarché implanté au sein du tissu bâti, son classement en secteur ZP4 est justifié.

Réponse du commissaire-enquêteur : Le magasin LIDL constitue une activité économique importante au vu du nombre de clients qui viennent y faire leurs courses, clients extérieurs au quartier, extérieurs à Granville et venant sans doute des zones rurales de GTM.

Inversement, le secteur du stade, depuis le giratoire de la rue du Vieux Moulin jusqu'au boulevard du Québec, est jalonné de nombreux commerces : - François Audition - La Halle Gourmande - Brasserie du Stade - Credissimo - La Cave Granvillaise - Durand Podo Orthèse - Bikiners - Boulangerie Pâtisserie - Générali - Place du 11 novembre 1918 (marché du jeudi).

En conséquence, vu l'attractivité du stade et ses besoins en matière de sponsoring, il apparaît parfaitement logique et légitime que cette parcelle puisse bénéficier d'un classement en ZP4. Aussi, nous attirons votre attention sur la source de revenu non négligeable pour l'US Granville que constitue ces panneaux publicitaires, outre le fait que ces derniers permettent la valorisation de nos partenaires.

Le classement en ZP3 entrainerait un manque à gagner pour notre association et pourrait avoir des conséquences en terme d'emploi.

La communauté de communes répond que le stade Louis Dior est entouré d'habitations et ne fait pas partie d'une zone économique à vocation industrielle, artisanale ou commerciale comprise au sein des limites d'agglomération : un classement en secteur ZP4 ne serait être justifié. Il est situé aux abords d'un axe routier structurant, ce qui justifie son classement en secteur ZP3. La publicité reste possible en secteur ZP3 : les dispositifs installés au sol, muraux, apposés sur clôtures (s'ils sont temporaires), supportés par le mobilier urbain, numériques ou lumineux à l'intérieur des vitrines (s'ils sont éteints la nuit), et sur bâche (s'ils sont temporaires) sont autorisés

Réponse du commissaire-enquêteur : Le stade Louis Dior ne constitue pas une zone économique à vocation industrielle. La zone ZP3 permet des dispositifs temporaires, qui pourront être sollicités pour les jours de grands matchs.

11. CONCLUSION DU RAPPORT

Il ressort des éléments examinés dans ce rapport que la communauté de communes a cherché à élaborer un règlement local de publicité intercommunal pour son territoire.

Sur le territoire sont définies les agglomérations.

Le zonage se décline en 5 zones. Un règlement est établi pour chaque zone.

Il ressort toutefois, à la suite de l'enquête publique, que certains points méritent d'être réexaminés pour obtenir un document plus adapté à la spécificité et aux richesses du territoire.

Enfin, l'ensemble des éléments examinés dans le présent rapport me permettent de dégager l'avis joint.

Fait le 8 août 2024

A handwritten signature in blue ink, reading "C. de la Garanderie". The signature is written in a cursive style with a long horizontal stroke at the end.

Catherine de la Garanderie