



**PRÉFET
DU FINISTÈRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Direction départementale
des territoires et de la mer

Porter à connaissance de l'État

Élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Quimperlé Communauté

Juillet 2020



SOMMAIRE

La réglementation de la publicité extérieure : Notions de base.....	3
Les différents dispositifs publicitaires.....	3
Autre signalétique.....	4
Les notions à prendre en compte.....	4
Les textes de référence.....	5
Le cadrage législatif du porter à connaissance.....	6
L'objet du RLP.....	6
Le contenu du RLP.....	8
Le cadre juridique.....	11
Procédure d'élaboration : Les grandes étapes.....	12
Situation juridique de Quimperlé Communauté à l'égard de la publicité, des enseignes et des préenseignes.....	17
Index des services.....	29

LA RÉGLEMENTATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIÈRE : NOTIONS DE BASE

L'actuel droit de la publicité est issu de la loi du 29 décembre 1979 et codifié aux articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement. La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a depuis profondément réformé la réglementation qui n'avait pas évolué depuis plus de 30 ans.

L'objectif principal : améliorer la qualité du cadre de vie, favoriser la mise en valeur du paysage, tout en réaffirmant le principe de liberté d'expression et le bon exercice de l'activité économique.

Le message publicitaire

Le droit de la publicité extérieure porte sur les conditions d'implantation et de format des dispositifs publicitaires, des enseignes et des préenseignes. Ne sont pas concernés la santé publique, le maintien de l'ordre public, ou tout autre délit sanctionné par la loi pénale. Par conséquent, l'autorité compétente en matière de police de la publicité extérieure ne peut exercer un quelconque contrôle sur le message publicitaire.

LES DIFFÉRENTS DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

L'article L.581-3 du code de l'environnement donne une définition des dispositifs visés par le droit de la publicité extérieure. Il s'agit de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

La publicité

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, 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 ».

- publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol (chevalet, oriflamme...);
- publicité apposée sur un support existant (mur, clôture...);
- publicité sur bâche de chantier ou bâche publicitaire;
- publicité apposée sur le mobilier urbain à titre accessoire;
- publicité lumineuse ou numérique;
- micro-affichage;
- publicité sur un véhicule équipé ou utilisé à des fins essentiellement publicitaires;
- affichage d'opinion (panneaux mis en place sur le domaine public par les communes)

L'enseigne

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (bâtiment et unité foncière) et relative à une activité qui s'y exerce ».

- enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (chevalet, oriflamme...);
- enseigne installée à plat sur un mur ou parallèlement à un mur;
- enseigne apposée sur un auvent ou une marquise;
- enseigne perpendiculaire à un mur (enseigne-drapeau);
- enseigne installée sur une toiture ou sur une terrasse en tenant lieu.

La préenseigne

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ».

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Par dérogation, certaines activités peuvent être signalées par des préenseignes « dérogatoires » en dehors des agglomérations :

- 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 ;
- à titre temporaire, certaines opérations et manifestations exceptionnelles.

AUTRE SIGNALÉTIQUE

La signalisation d'information locale (SIL)

Relevant du code de la route, cette signalétique a pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d'homogénéité, de lisibilité et de visibilité.



Elle est installée sur le domaine public et représente une alternative aux préenseignes apposées sur le domaine privé. Elle ne peut être le support de logotypes.

LES NOTIONS A PRENDRE EN COMPTE

Un des principes fondamentaux de la réglementation en matière d'affichage publicitaire et d'enseignes est d'interdire la publicité en

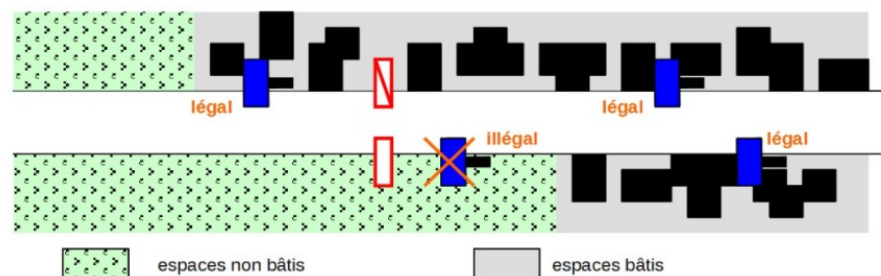
dehors des agglomérations. Le maire est l'autorité chargée de délimiter, par arrêté municipal, les limites de l'agglomération (article R.411-2 du code de la route).

Notion géographique

L'article L.581-7 du code de l'environnement précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du code de la route : « l'agglomération se définit comme l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » (article R.110-2 du code de la route).

Cependant le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Société Publi-système, req. N°68134).

SITUATION DU DISPOSITIF EN OU HORS AGGLOMÉRATION



Pour identifier une zone agglomérée, le tissu urbain doit présenter une certaine densité. A contrario, un espace où les bâtiments sont éloignés les uns des autres n'est pas une agglomération.

Notion démographique

Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée. Par exemple, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite.

Le décompte de la population s'établit dans les limites de la commune. Mais lorsque la commune est composée de plusieurs agglomérations, il incombe au maire de décompter la population dans chacune d'entre elles.

Si la population d'une commune est supérieure à 10 000 habitants mais répartie en plusieurs agglomérations chacune de moins de 10 000 habitants, les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Le code de l'environnement fait également référence à la notion d'unité urbaine à laquelle s'applique un seuil de 100 000 habitants. Ainsi dans les communes de moins de 10 000 habitants qui appartiennent à une unité de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Voie ouverte à la circulation publique

Les publicités, enseignes et préenseignes, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou dans une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du code de l'environnement et, le cas échéant, le RLP.

La voie ouverte à la circulation publique représente une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif (route, autoroute, chemin...).

LES TEXTES DE RÉFÉRENCES

Le code de l'environnement, Livre V : Prévention des pollutions, des risques et des nuisances, Titre VIII : Protection du cadre de vie (articles L.581-1 à 43 et R.581-1 à 88).

Le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

Le décret n°2012-948 du 1^{er} août 2012 portant modification du code de l'environnement dans sa rédaction issue du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

Le décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 portant modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

Le code de la route (articles R.418-1 à 9).

L'arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires.

LE CADRAGE LÉGISLATIF DU PORTER À CONNAISSANCE

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) a modifié la procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité dits de deuxième génération. Ils sont, désormais, élaborés conformément aux dispositions qui régissent l'élaboration des PLU.

Articles L. 132-1 à 3 du code de l'urbanisme ■ L'État veille au respect des principes définis à l'article L. 101-2 et la prise en compte des projets d'intérêt général ainsi que des opérations d'intérêt national.

Le préfet porte à la connaissance des communes ou de leurs groupements compétents les dispositions particulières applicables au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement. Il s'agit de présenter les règles applicables en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes ainsi que celles concernant la procédure d'élaboration du RLPi.

Les porters à connaissance sont tenus à la disposition du public par la commune. En outre, tout ou partie de ces pièces peut être annexé au dossier d'enquête publique.

Article R. 132-1 du code de l'urbanisme ■ Pour l'application de l'article L. 132-2, le préfet de département porte à la connaissance de la commune, de l'établissement public de coopération intercommunale ou du syndicat mixte qui a décidé d'élaborer ou de réviser un schéma de cohérence territoriale, un plan local d'urbanisme ou une carte communale :

1° Les dispositions législatives et réglementaires applicables au territoire concerné et notamment les directives territoriales d'aménagement et de développement durables, les dispositions relatives au littoral et aux zones de montagne des chapitres Ier et II du titre II du présent livre, les servitudes d'utilité publique, le schéma régional de cohérence écologique, le plan régional de l'agriculture durable, le plan pluriannuel régional de développement forestier et les dispositions du plan de gestion du ou des biens inscrits au patrimoine mondial ;

2° Les projets des collectivités territoriales et de l'État et notamment les projets d'intérêt général et les opérations d'intérêt national ;

3° Les études techniques nécessaires à l'exercice par les collectivités territoriales de leur compétence en matière d'urbanisme dont dispose l'Etat, notamment les études en matière de prévention des risques et de protection de l'environnement.

L'OBJET DU RLP

Le règlement local de publicité est un document stratégique et opérationnel qui permet l'adaptation des règles nationales du code de l'environnement en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes de manière plus restrictive.

Article L. 581-14 du code de l'environnement ■ « L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L.581-10.

[...] **le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.**[...] »

Article L. 581-14-1 du code de l'environnement ■ « Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme [...] »

L'autorité compétente en matière d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

En application de l'article L 581-14 du code de l'environnement, l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L. 581-9.

Dans le cas d'un RLPi, l'initiative de l'élaboration du document appartient à l'EPCI compétent. Aussi, cette élaboration doit se faire en collaboration avec les communes membres, c'est-à-dire en rendant compte aux différents maires de l'état d'avancement du projet.

La loi du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et à un urbanisme renoué (dite loi Alur) a modifié les dispositions relatives aux procédures d'élaboration et d'évolution des documents d'urbanisme (SCoT, PLU, cartes communales). Ces dernières étant, hormis la procédure de modification simplifiée, applicables en matière de RLP selon l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement.

En présence d'un règlement local de publicité approuvé, les compétences en matière de police de l'affichage publicitaire sont exercées par le maire, au nom de la commune, sur l'ensemble du territoire communal (article L.581-14-2 du code de l'environnement).

Les enjeux du RLPi

Le RLPi régit l'affichage publicitaire et les enseignes sur le territoire des communes de Quimperlé Communauté. Il est l'expression du projet de la collectivité et représente un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers, les enseignants et les professionnels de l'affichage qui s'y référeront.

Le RLPi est établi conformément aux objectifs qui figurent dans les dispositions législatives du code de l'environnement que sont la protection du cadre de vie, la prévention des nuisances visuelles et la réduction des consommations énergétiques.

Le contexte local

Par délibération du 6 février 2020, le conseil communautaire de Quimperlé Communauté a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal. Actuellement le territoire regroupe 16 communes.

Conformément aux articles L132-2 et R132-1 du code de l'urbanisme, L. 581-14 et L. 581-14-1 du code de l'environnement susmentionnés, le présent document est transmis par l'État afin de porter à la connaissance de la collectivité les informations nécessaires à l'élaboration du RLPi.

Ce document a été établi avec le souci de clarifier le plus en amont possible les principales prescriptions que la collectivité devra veiller à prendre en compte dans le cadre de l'élaboration de son RLPi.

En tant que de besoin ces informations seront actualisées ou complétées au cours de la procédure.

LE CONTENU DU RLPi

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, la commune élabore sur l'ensemble de son territoire communal un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10 du code de l'environnement.

En agglomération, une ou plusieurs zones sont déterminées pour voir s'appliquer une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité. Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R 581-72 du code de l'environnement).

Le rapport de présentation

Le contenu est libre, mais l'article R. 581-73 du code de l'environnement impose :

- ✓ qu'il s'appuie sur un diagnostic ;
- ✓ qu'il définisse des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure ;
- ✓ qu'il explique les choix retenus en matière de règles locales et de zonage, au regard des orientations et objectifs définis.

Le diagnostic ■ Le diagnostic est l'occasion de procéder à un recensement des dispositifs publicitaires en infraction avec le règlement national de publicité et d'identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu de dispositions législatives (art. L.581-4 et L. 581-8 du code de l'environnement). Il doit permettre également

d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, etc...).

Ce diagnostic peut comporter :

- ✓ une analyse précise du droit applicable sur le territoire de l'intercommunalité, en distinguant les divers dispositifs concernés (publicités, préenseignes et enseignes) et les différents secteurs géographiques d'application des règles nationales (agglomération(s), interdictions légales, etc.) ;
- ✓ un bilan du règlement local en vigueur, afin d'analyser ses aspects positifs ou ses insuffisances ;
- ✓ une analyse du parc des différents dispositifs existants au regard des règles qui leur sont opposables ;
- ✓ la sensibilité environnementale et paysagère du cadre de vie peut être soulignée pour déterminer les secteurs d'enjeux réglementaires.

Le diagnostic peut également :

- ✓ recenser les enjeux architecturaux et paysagers ;
- ✓ identifier les spécificités des différents secteurs du territoire, notamment ceux concernés par les enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire nécessitant une réflexion sur l'avenir envisagé ;
- ✓ identifier les critères de pollution visuelle ;
- ✓ proposer des pistes d'actions pour traiter des thématiques clés.

Les orientations et les objectifs ■ Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement identifiés, la communauté de communes va définir les orientations et objectifs du RLPi en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement.

Le conseil communautaire de Quimperlé Communauté dans sa séance du 6 février 2020 a défini les objectifs suivants pour l'élaboration du RLPi :

- ✓ **instaurer une réglementation locale sur l'ensemble du territoire de Quimperlé Communauté notamment en adaptant la réglementation nationale aux spécificités des communes,**
- ✓ **adapter des dispositions plus restrictives que la réglementation nationale, notamment grâce au zonage du RLPi, qui permet une réponse adaptée à la protection du patrimoine architectural, paysager ou naturel de Quimperlé Communauté,**
- ✓ **valoriser le cadre de vie des habitants et la qualité et l'esthétique des villes et notamment des centres-bourgs,**
- ✓ **améliorer les axes des entrées de bourg, de ville et de territoire, première perception des visiteurs sur le territoire,**
- ✓ **préserver le patrimoine naturel et architectural,**
- ✓ **réglementer les nouveaux dispositifs (et notamment ceux numériques),**
- ✓ **maîtriser l'impact des enseignes dans les secteurs commerciaux,**
- ✓ **instaurer des règles d'insertion qualitative des enseignes dans les centres-villes,**
- ✓ **éventuellement, réintroduire la publicité dans les lieux où elle est en principe interdite (le cas échéant, ces choix seront motivés et réfléchis),**
- ✓ **revenir à des compétences locales pour l'instruction, afin d'avoir un meilleur suivi de l'implantation des enseignes et des demandes d'autorisation, ainsi que pour la compétence de police afin d'assurer un meilleur contrôle.**

La partie réglementaire

Quelles que soient les dispositions du RLPi, celles-ci doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les opérateurs

économiques et la protection du cadre de vie. Afin d'assurer la lisibilité du règlement, il est inutile que le RLPi reprenne textuellement les dispositions qui figurent dans le règlement national de publicité (RNP) et qui continuent de s'appliquer. On dit alors que le RNP vaut RLPi.

Les dispositions ■Elles peuvent être générales ou spécifiques à certaines zones (adaptées en fonction des espaces concernés, de la situation en ou hors agglomération).

Le RLPi peut prévoir des dispositions plus restrictives que le RNP dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération.

Il conviendra d'édicter des règles simples, dont la mise en œuvre doit être facile. Par exemple, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. : 5 m²). Les formats de 12 m², 8 m² ou 4 m² sont des formats d'affichage publicitaire courants.

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L 581-18 du code de l'environnement). Le fait que certains dispositifs relèvent d'un régime d'autorisation administrative préalable (publicités lumineuses, bâches publicitaires, dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles, enseignes) ne fait pas obstacle à l'édiction par le règlement local de prescriptions plus restrictives que la réglementation nationale qui concernent ces dispositifs. Ainsi, l'installation d'une enseigne peut par exemple donner lieu à des prescriptions esthétiques dont les principes doivent être traités par le RLPi.

Il conviendra également de préciser que les restrictions locales apportées aux règles nationales concernant les publicités, les préenseignes et, éventuellement, les enseignes doivent trouver leur fondement dans des considérations de protection de l'environnement et du cadre de vie conformément au rapport de présentation qui doit désormais énoncer les raisons pour lesquelles les restrictions locales sont adoptées.

Les périmètres ■En principe, la publicité est interdite hors agglomération. Cependant un RLPi peut lever cette interdiction par l'institution d'un zonage spécifique appelé « périmètre ». Celui-ci ne peut être institué qu'à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

Les préenseignes dérogatoires ■ Si la collectivité gestionnaire de la voirie a fixé des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, après consultation des autres collectivités concernées, celles-ci sont intégrées au RLPi (dans l'esprit de la signalisation d'information locale application de formats, hauteurs ou codes couleurs).

- les arrêtés des maires déterminant, en application du 2e alinéa de l'article L. 581 - 13 du code de l'environnement, les emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Le règlement ne peut instituer des mesures ayant pour effet d'interdire, de manière générale et absolue, la publicité.

Le RLPi doit veiller à ne pas instituer de discriminations entre les sociétés d'affichage.

Il ne peut soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux que la loi énumère (articles L.581-9 et L.581-18 du code de l'environnement).

Il ne peut prévoir de procédures spécifiques d'instruction différentes de celles figurant dans le code de l'environnement.

Les annexes

Le contenu ■ Les annexes du RLPi sont constituées du ou des documents graphiques ainsi que de l'arrêté municipal et du plan fixant les limites de la commune.

Les maires vont s'assurer, au travers de la réflexion sur le RLPi, de la correspondance entre la réalité physique de l'agglomération et sa réalité « formelle » et, dans l'hypothèse contraire, aligner la seconde sur la première.

Les documents graphiques ■ Comme en matière de document d'urbanisme, les documents graphiques ont pour objet de localiser les zones et, le cas échéant, les périmètres dans lesquels des dispositions particulières ont été instituées (art. R.581-78, al 1^{er} du code de l'environnement).

Si les prescriptions du RLPi sont générales et qu'il ne comporte par conséquent ni zone, ni périmètre, les documents graphiques propres au RLPi ne sont pas nécessaires.

Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec l'arrêté municipal fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Plusieurs autres actes administratifs concernant directement le droit de l'affichage peuvent également être annexés au règlement local de publicité notamment :

- les arrêtés des maires interdisant, en application du paragraphe II de l'article L.581-4 du code de l'environnement, la publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque ;

LE CADRE JURIDIQUE

La préservation de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations, est au cœur de la politique du paysage. La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes s'inscrit dans le prolongement de cet objectif.

Le code de l'environnement définit les règles applicables aux dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique afin d'assurer la protection du cadre de vie tout en maintenant le principe de liberté d'expression.

La loi portant Engagement National pour l'Environnement (loi ENE) du 12 juillet 2010 ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

La loi du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (TPE), dite loi Pinel a inséré un alinéa à l'article L. 581-14 du code de l'environnement qui prévoit que le RLP peut « *aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants* ».

Cette disposition pourrait permettre de compléter l'obligation figurant au 3^{ème} alinéa de l'article R. 581-58 du code de l'environnement selon lequel « l'enseigne est supprimée par personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité [...] ». En effet, cette remise en état n'est pas systématiquement effectuée, le commerçant ayant quitté les lieux. Elle pourrait donc désormais incomber au propriétaire du local commercial.

PROCÉDURE D'ÉLABORATION : LES GRANDES ÉTAPES

Les règles de procédure d'élaboration ou de révision d'un RLPi (article L.581-14-1 du code de l'environnement) visent à assurer, à chacune des personnes publiques ou privées concernées, le droit d'être informées et de s'exprimer à un titre ou à un autre avant que le document entre en application. Il convient d'accorder une très grande vigilance au strict respect de ces procédures.

Les grandes étapes :

- La collectivité annonce tout d'abord son intention d'élaborer ou de réviser le document et indique comment elle a l'intention de mener la concertation (délibération du conseil de communauté, qui fait l'objet de mesures de publicité et de certaines notifications). La délibération doit être affichée pendant un mois au siège de l'EPCI et dans les mairies concernées. Elle est notifiée aux personnes publiques associées (voir ci-dessous).
- La délibération est en outre transmise au Préfet au titre du contrôle de légalité et publiée au recueil des actes administratifs de l'EPCI.
- Elle élabore ensuite le document, en associant toutes les personnes y ayant vocation, de sa propre initiative ou à leur demande. La concertation (article L 300-2 du code de l'urbanisme) doit associer, pendant la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées. Dans le domaine de la publicité extérieure, les personnes concernées sont notamment les commerçants, les enseignants et les sociétés d'affichage.
- Lorsque les études sont achevées et le dossier constitué, la collectivité clôt la concertation et en tire le bilan, puis arrête le projet de RLPi par une délibération du conseil de communauté. Celle-ci est affichée pendant un mois dans les mairies concernées.
En cas d'avis défavorable des communes membres de l'EPCI sur les parties du règlement qui les concernent, l'organe délibérant de l'EPCI délibère à nouveau et arrête le projet de RLPi à la majorité des deux tiers des suffrages exprimés (article L. 153-15 du code de l'urbanisme).

- Le projet arrêté est soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration et à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites réunie dans sa formation dite « de la publicité » ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes et aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés. Ces personnes et cette commission donnent un avis dans les limites de leurs compétences propres, au plus tard trois mois après la transmission du projet de règlement. A défaut, ces avis sont réputés favorables.
- Au terme des consultations, le projet de RLPi est soumis à enquête publique. Compte tenu de son objet, il s'agit de l'enquête dite « environnementale » régie par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du code de l'environnement. L'enquête publique est menée par un commissaire enquêteur qui doit veiller à l'information et à la participation du public. A compter de la fin de l'enquête, il dispose d'un mois pour rédiger un rapport qui relate le déroulement de l'enquête et examine les observations recueillies. Il consigne dans un document séparé des conclusions motivées, en précisant si elles sont favorables, favorables sous réserves ou défavorables au projet.
Il conviendra de veiller à la motivation des conclusions du commissaire-enquêteur. Un avis non motivé ou insuffisamment motivé peut être une cause d'annulation de l'enquête publique et par conséquent du RLPi.
- Le président de l'EPCI peut, s'il le juge opportun, modifier le projet de règlement mais uniquement pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public, des avis des PPA ou des conclusions du commissaire-enquêteur. Ce sont les seules modifications admises et, si elles conduisent à remettre en cause le projet initial, une seconde enquête publique doit être organisée après un nouvel arrêt du projet.

Dans le cas d'un RLPi : le loi ALUR rend obligatoire, avant la délibération approuvant le RLPi, la présentation des avis, des observations du public et du rapport du commissaire-enquêteur lors d'une conférence intercommunale rassemblant les maires des communes membres (article L.153-21 du code de l'urbanisme).

La concertation préalable.

« Toute personne a le droit, dans les conditions et limites définies par la loi, [...] de participer à l'élaboration des décisions publiques ayant une incidence sur l'environnement » (article 7 de la charte de l'environnement).

La concertation préalable est librement organisée par le président de l'EPCI, conformément aux modalités définies dans la délibération de prescription.

Celles-ci devront être scrupuleusement respectées durant toute la procédure.

Elle doit associer les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées (dans le domaine de la publicité extérieure, ce sont notamment les commerçants, les enseignistes et les sociétés d'affichage).

Les modalités de concertation doivent, pendant la durée de l'élaboration du projet, permettre au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'EPCI ou la commune. La concertation pourra revêtir la forme suivante :

- ✓ mise à disposition du public, au siège de l'EPCI ou en mairie, d'un dossier dans lequel seront indiqués les objectifs poursuivis et d'un registre où toute personne intéressée pourra formuler ses observations ;
- ✓ mise en ligne, sur le site internet de l'EPCI ou de la commune, du dossier et de l'état d'avancement. Le public pourra formuler ses observations ;
- ✓ organisation d'une réunion publique.

A ce terme, l'organe délibérant tire le bilan de la concertation. Celui-ci peut être réalisé à n'importe quel moment entre la fin de la concertation et le début de l'enquête publique.

Les personnes publiques associées (PPA).

Les personnes publiques associées de droit ■ Ces personnes publiques ont un statut particulier dans le déroulement de la procédure :

- elles reçoivent la notification de la délibération de prescription ;
- elles peuvent demander à être consultées pendant toute la durée de la procédure ;

- le projet de RLPi arrêté leur est transmis pour avis nonobstant le fait qu'elles ne se soient pas manifestées préalablement ;
- leur avis sur le projet de RLPi est annexé au dossier soumis à enquête.

Conformément à l'article L.132-7 et L.132-9 du code de l'urbanisme, les personnes publiques associées de droit au projet de RLPi sont :

- l'État et ses services,
- le président du Conseil régional,
- le président du Conseil départemental,
- l'autorité compétente en matière d'organisation de transports urbains,
- les chambres consulaires (métiers, commerce et industrie, agriculture),
- les organismes de gestion des parcs naturels régionaux et des parcs nationaux,
- l'EPCI chargé du suivi du Schéma de Cohérence Territoriale (ScoT),
- l'EPCI chargé d'un SCoT dont la commune, lorsqu'elle n'est pas couverte par un tel schéma, est limitrophe,
- l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat.

En ce qui concerne l'État, personne publique associée de droit, l'association sera l'occasion d'expliquer et d'exprimer ses attentes et ses objectifs stratégiques, tels qu'ils résultent de l'exercice de ses propres compétences, mais aussi de rappeler et de préciser les principes de fond de la loi sur la base des problématiques et des enjeux identifiés.

Les consultations obligatoires.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par la collectivité est soumis pour avis à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

Les personnes publiques consultées à leur demande.

Sont consultées à leur demande, au cours de l'élaboration du RLPi, les personnes publiques suivantes :

- les associations locales d'usagers agréées dans les conditions définies par les articles R132-6 et R132-7 du code de l'urbanisme ;
- les associations de protection de l'environnement agréées mentionnées à l'article L141-1 du code de l'environnement ;
- les communes limitrophes ;
- les EPCI voisins et compétents en planification ;
- le représentant de l'ensemble des organismes d'habitation à loyer modéré propriétaires ou gestionnaires de logements situés sur le territoire de la collectivité.

Les personnes publiques consultées à l'initiative du président de l'EPCI.

S'il le souhaite, le président de l'EPCI peut recueillir l'avis de toute personne, organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture, d'habitat et de déplacements.

La collectivité peut aussi avoir recours aux conseils du CAUE au cours de la procédure.

Opposabilité du RLPi

L'opposabilité du RLPi dépend de la date à laquelle les dispositifs ont été implantés et de la nature de ceux-ci.

Les dispositifs implantés postérieurement à l'entrée en vigueur du RLPi doivent se conformer aux prescriptions du RLPi, sous peine de sanctions administratives et pénales.

Les dispositifs implantés antérieurement à la date d'entrée en vigueur du RLPi disposent d'un délai de mise en conformité de deux ans pour les publicités ou les préenseignes et de six ans pour les enseignes. Ce délai de mise en conformité ne concerne que les dispositifs qui étaient légalement implantés au regard de la réglementation antérieure.

Champs d'application du RLPi

Le RLPi adapte au contexte local les dispositions prévues par la loi. Il pourra notamment :

- interdire certaines catégories de publicités ou d'enseignes (celles apposées sur des clôtures par exemple) ;
- limiter la densité publicitaire ;
- limiter le nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins de 1 m² (drapeaux, oriflammes, chevalets...) ou d'enseignes apposées perpendiculairement à la façade commerciale ;
- réduire les surfaces unitaires maximales ;
- interdire certains modes d'éclairage des enseignes
- etc...

Il intègre également les prescriptions applicables en matière d'harmonisation des préenseignes dérogatoires fixées par les collectivités gestionnaires de la voirie.

Le RLPi établit des prescriptions pour l'ensemble du territoire intercommunal, ou des prescriptions spécifiques selon un zonage qu'il définit.

Les zones qui ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques sont soumises à celles du règlement national de publicité qui vaut alors RLPi sur ces zones.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Dès l'entrée en vigueur du RLPi, toute installation d'une enseigne sur le territoire d'une commune membre est soumise à demande d'autorisation préalable.



Enseignes sur clôture.

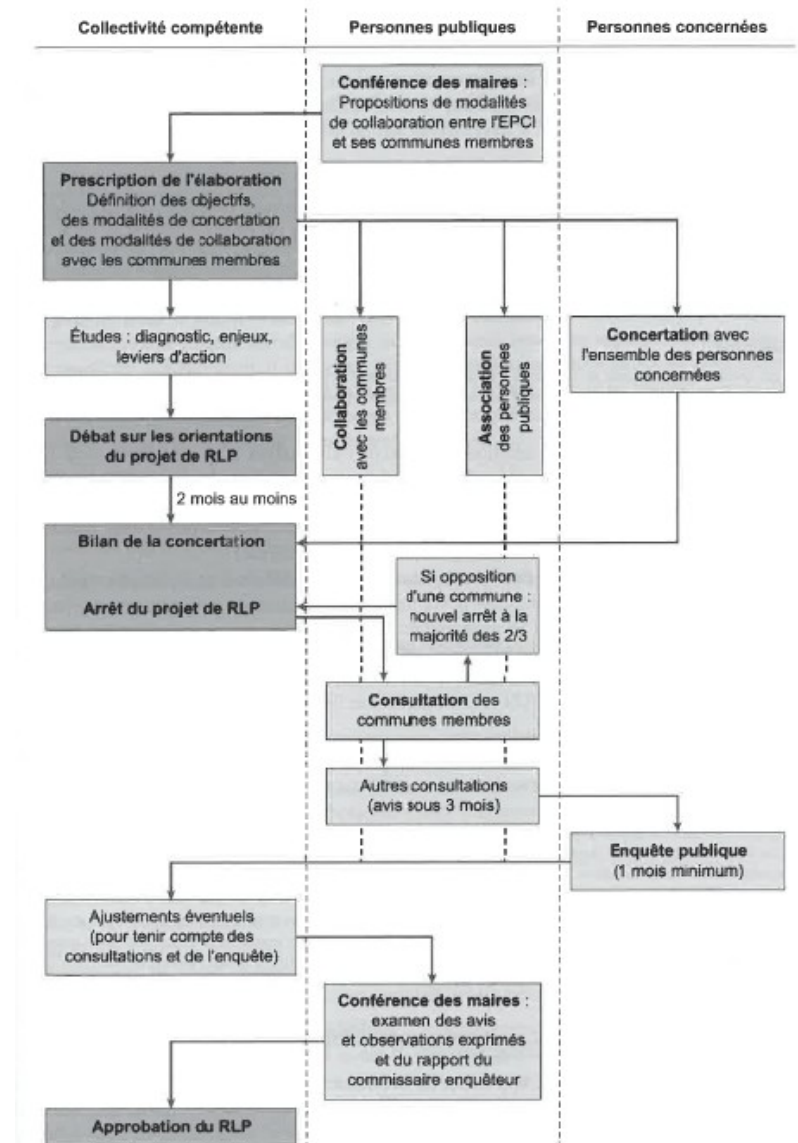


Schéma présentant les grandes phases de la procédure

SITUATION JURIDIQUE DE QUIMPERLÉ COMMUNAUTÉ À L'ÉGARD DE LA PUBLICITÉ, DES ENSEIGNES ET DES PRÉENSEIGNES

La population

Quimperlé Communauté se compose de 16 communes. Elles comptent chacune les populations municipales permanentes (populations légales 2016) suivantes :

Communes	Nombre d'habitants
Arzano	1 423
Bannalec	5 798
Baye	1 149
Clohars-Carnoët	4 424
Guilligomarc'h	768
Le Trévoux	1 617
Locunolé	1 172
Mellac	3 118
Moëlan-sur-Mer	6 940
Querrien	1 783
Quimperlé	12 630
Rédéné	2 984
Riec-sur-Bélon	4 316
Saint-Thurien	1 045
Scaër	5 507
Tréméven	2 354

En 2010, l'INSEE a procédé à une révision des délimitations des unités urbaines de la France, celle de Quimperlé est composée de 2 communes (Quimperlé et Tréméven).

La population totale de l'unité urbaine dont le code de l'environnement fait référence s'élève donc à **14 984 habitants**.

Selon les seuils de population de la réglementation en matière d'affichage publicitaire et d'enseignes, la commune de Tréméven doit être considérée comme une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Les communes non intégrées par l'INSEE à l'unité urbaine représentent des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les dispositifs mis en place dans le périmètre des 15 communes concernées devront respecter les dispositions du code de l'environnement des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Quimperlé est la seule commune à dépasser le seuil des 10 000 habitants. Par conséquent, les dispositifs implantés sur son territoire devront se conformer aux prescriptions du code précité pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Il incombe, cependant, au maire de Quimperlé de vérifier la composition de sa commune. Si celle-ci est formée d'agglomérations comptant moins de 10 000 habitants, les dispositifs implantés devront respecter les prescriptions du code de l'environnement des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les secteurs non agglomérés

En dehors des parties agglomérées, **toute publicité est interdite** (art. L.581-7 du code de l'environnement). Cependant, la publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toutes habitations.

Les **préenseignes dites « dérogatoires »** peuvent, comme le stipulent les articles L.581-19, R.581-66 et R.581-67 du code de l'environnement, sous certaines conditions de dimensions, de nombre et de distance notamment, être installées hors agglomération au bénéfice de deux catégories limitativement définies :

- ✓ les entreprises locales que leur activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir (*l'annexe de l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014 précise qu'il s'agit de « produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.*
Les entreprises locales sont des entreprises dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local ce qui signifie leur implantation dans l'espace rural ») ;
- ✓ les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Il convient de préciser qu'aucune disposition législative n'habilite un règlement local de publicité à restreindre, ni même à réglementer, les préenseignes dérogatoires.

Les **préenseignes temporaires** peuvent, comme le stipulent les articles L.581-20 et R.581-68 à 71 du code de l'environnement, sous certaines conditions de dimensions et de nombre être installées hors agglomération au bénéfice de deux catégories d'activités limitativement définies :

- ✓ les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

- ✓ les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou la vente de fonds de commerce.

Les éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage extérieur dans les secteurs agglomérés

Dans les communes de moins de 10 000 habitants ■ Les dispositions applicables sont les suivantes :

- ✓ la **publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture** ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (cette surface peut être portée à 8 mètres carrés lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation (art. R.581-26 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol** sont interdits (art. R.581-31 du code de l'environnement) ;
- ✓ la **publicité lumineuse** est interdite (art. R.581-34 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **bâches de chantier comportant de la publicité, les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles** sont interdits (art. R.581-53 et R.581-56 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes** doivent obéir aux règles des articles R.581-58 à R.581-65 du code de l'environnement ;
- ✓ les **enseignes apposées sur une façade commerciale** doivent également respecter les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R.581-63 du code de l'environnement qui limitent la surface occupée à 15 % lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m², et 25 % si celle-ci est inférieure à 50 m² ;
- ✓ les enseignes en toiture doivent respecter les règles de l'article R.581-62 du code de l'environnement ;

- ✓ les **enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont limitées en nombre, si leur surface est supérieure à 1 mètre carré, à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique qui borde l'activité (art. R.581-64 du code de l'environnement) et à 6 mètres carrés de surface (art. R.581-65 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes lumineuses** doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures du matin, lorsque l'activité signalée a cessé. Si cette activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes clignotantes** sont interdites, à l'exception des enseignes des pharmacies ou de tout service d'urgence (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes temporaires** concernant des opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique ou lorsqu'elles signalent des travaux publics et opérations immobilières doivent respecter les articles R.581-68 à R.581-70 du code de l'environnement.

Dans les communes de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou dans les communes de plus de 10 000 habitants ■ Les dispositions applicables sont les suivantes :

- ✓ la **publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture** ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol (art. R.581-26 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol** sont interdits, s'ils sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération (art. R.581-31 du code de l'environnement). Ils ne peuvent s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (y compris dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération) (art. R.581-32 du code de l'environnement) ;

- ✓ la **publicité lumineuse** apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (art. R.581-34 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol** ne peuvent être placés à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie (art. R.581-33 du code de l'environnement) ;
- ✓ la **publicité numérique** ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 mètres carrés ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Si la consommation électrique du dispositif dépasse les niveaux définis par arrêté ministériel, alors cette surface est portée à 2,1 mètres carrés et sa hauteur à 3 mètres au maximum au-dessus du niveau du sol (art. R.581-41 du code de l'environnement) ;
- ✓ la **publicité lumineuse** doit être éteinte entre 1 heure et 6 heures du matin, à l'exception de celle installée dans l'emprise des aéroports et de celle éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain (art. R.581-35 du code de l'environnement)
- ✓ les **bâches et les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles** sont interdits si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération (art. R.581-53 et R.581-56 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes** doivent obéir aux règles des articles R.581-58 à R.581-65 du code de l'environnement ;
- ✓ les **enseignes apposées sur une façade commerciale** doivent également respecter les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R.581-63 du code de l'environnement qui limitent la surface occupée à 15 % lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m², et 25 % si celle-ci est inférieure à 50 m² ;
- ✓ les **enseignes en toiture** doivent respecter les règles de l'article R.581-62 du code de l'environnement ;
- ✓ les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre, si leur surface est supérieure à 1 mètre carré, à un seul

- ✓ de de l'dispositif par voie ouverte à la circulation publique qui borde l'activité (art. R.581-64 du code de l'environnement) et à 6 mètres carrés de surface (art. R.581-65 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes lumineuses** doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Si cette activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes clignotantes** sont interdites, à l'exception des enseignes des pharmacies ou de tout service d'urgence (art. R.581-59 du code de l'environnement)
- ✓ les **enseignes temporaires** concernant des opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique ou lorsqu'elles signalent des travaux publics et opérations immobilières doivent respecter les articles R.581-68 à R.581-70 du code de l'environnement.

Dispositions applicables au mobilier urbain ■ Les mobiliers urbains pouvant, à titre accessoire eu égard à leur fonction, supporter de la publicité sont limités à uniquement cinq types de dispositifs :

- ✓ abri destiné au public ;
- ✓ kiosque à journaux ou à usage commercial ;
- ✓ mât porte-affiches ;
- ✓ colonne porte-affiches ;
- ✓ mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques.

Pour les abris, la surface unitaire maximale ne peut excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol.

Pour les kiosques, la surface unitaire maximale est fixée à 2 mètres carrés et la surface totale ne peut excéder 6 mètres carrés.

Les colonnes ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Les mâts ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 mètres carrés utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

Quant au mobilier urbain, lorsque celui-ci supporte de la publicité commerciale, la surface de celle-ci ne peut excéder la surface totale réservée aux informations et œuvres pour lequel il est destiné (surface unitaire de la publicité limitée à 2 mètres carrés) (art. R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement).

Lorsqu'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin, lorsqu'elle est visible de la baie et parallèle à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique (art. R.581-42 du code de l'environnement).

Publicité sur les véhicules terrestres ■ La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité est réglementée à l'article R.581-48 du code de l'environnement.

Dispositifs de petits formats ■ Ils peuvent être installés sur la ou lesbaie(s) d'une devanture commerciale. Leur surface unitaire doit être inférieure à 1 mètre carré et leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface de la devanture et dans la limite maximale de 2 mètres carrés (art. R.581-57 du code de l'environnement).

L'affichage d'opinion ■ En application de l'article L.581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

La surface minimale qu'une commune de moins de 10 000 habitants doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est de 4 mètres carrés plus 2 mètres par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants.

La surface minimale qu'une commune de plus de 10 000 habitants doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est de 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants (art R.581-2 code environnement).

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (art R.581-3 du code de l'environnement).

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement. Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de l'article L581-8 du code de l'environnement.

Les palissades de chantier ■ Dans le cas où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m² (article R.581-4 du code de l'environnement).

Lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie, les communes ont le droit d'utiliser les palissades de chantier à leur profit comme support de publicité commerciale ou affichage libre (article L.581-16 du code de l'environnement).

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice, ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, est autorisée par dérogation aux interdictions à condition qu'elles n'excèdent pas une surface unitaire de 1,50 m² (art. L.581-17 et R.581-5 du code de l'environnement).

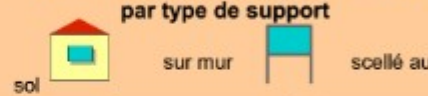
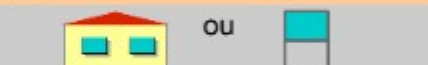
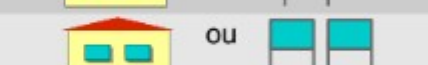

Les règles de densité ■ Ces dispositions s'appliquent à tous les dispositifs à l'exception de ceux apposés sur une palissade ou sur une toiture.

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

Il existe cependant deux exceptions à ce principe, selon lesquelles on pourra installer :

- ✓ deux dispositifs publicitaires s'ils sont alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;

- ✓ deux dispositifs scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire. Ces exceptions ne valent pas pour l'installation de dispositifs publicitaires sur le domaine public, dans ce cas, il ne pourra être installé qu'un seul dispositif au droit des unités foncières dont la longueur est inférieure à 80 mètres linéaires (art. R.581-25 du code de l'environnement).

Règle de densité sur domaine privé	
longueur du côté de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique	nombre maximum de dispositifs admis par type de support
	
< 40 m	
> 40 m et < 80 m	
> 80 m et < 160 m	

Protections patrimoniales et naturelles

Sites inscrits (AC2)

ARZANO

- Rives du Scorff.

CLOHARS-CARNOËT

- Rive droite de la Laïta (abords de l'ancienne abbaye Saint-Maurice).

GUILLEGOMARC'H

- Roches du Diable ;
- Rives du Scorff.

LOCUNOLE

- Roches du Diable

MOËLAN-SUR-MER

- Rives de l'Aven et du Belon, littoral entre les rivières de Brigneau et de Merrien (partie de Pont-Aven dans la ZPPAU).

QUERRIEN

- Roches du Diable.

RIEC-SUR-BELON

- Rives de l'Aven et du Belon, littoral entre les rivières de Brigneau et de Merrien (partie de Pont-Aven dans la ZPPAU).

SCAËR

- Placître de la Chapelle de Coadry avec ses arbres et sa clôture.

Rappel de la réglementation nationale

Les publicités sont interdites à l'intérieur des agglomérations (article L 581-8 4° du code de l'environnement). En complément de l'interdiction en dehors des agglomérations.

Les enseignes sont soumises à autorisation préalable (article L 581-18 du code de l'environnement)

Monuments historiques classés (AC1)

BANNALEC

- Eglise de la Véronique ;
- Allée couverte de l'église blanche ;
- Allée couverte de Kermaout.

MELLAC

- Manoir de Kernault (partiel).

MOËLAN-SUR-MER

- Dolmen et menhir (ensemble de Kerandregre)-(dans le SPR) ;
- Chapelle Saint-Philibert, ancien cimetière, fontaine et calvaire (dans le SPR) ;
- Menhir dallé de Mentoul (dans le SPR) ;
- Menhir et dalle de Belle Vue.

QUIMPERLE

- Eglise Sainte-Croix (dans le SPR) ;
- Eglise Notre-Dame-de-l'Assomption ou de Saint-Michel (dans le SPR) ;
- Maison du XVIème siècle, rue Dom Morice (dans le SPR) ;
- Ancienne abbaye de Saint-Colomban, mur de façade sur la rue Brémond-d'Ars avec sa fenêtre ogivale (dans le SPR) ;
- Dolmen de Roscasquen (hors SPR) sur Quimperlé ;
- Maison sise au 7 rue Dom Morice (dans le SPR) ;
- Façades et toitures, 4 rue Dom Morice (dans le SPR) ;
- Ancien hôpital Frémur et sa Chapelle Saint-Eutrope, en totalité (dans le SPR)-ancien arrêté annulé.

REDENE

- Dolmen de Roscasquen (hors SPR).

RIEC-SUR-BELON

- Allée couverte du Goulet Riec ;
- Menhir de Laniscar.

LE TREVOUX

- Dolmen de Benon parc Goalichot ;
- Menhir de Laniscar.

MOËLAN-SUR-MER

Monuments historiques inscrits (AC1)

ARZANO

- Motte castrale du Roc'h + parcelle de situation ZH 27 Cad 1995 ;
- Manoir du Laz : le logis en totalité Cad YD 27.

BANNALEC

- Abside, transept et clocher de l'église de Bannalec ;
- Dolmen de Kerscao à Loyan ;
- Dolmen de Cosquériou d'an Traon.

CLOHARS-CARNOËT

- Chapelle Saint-Maudet (ND de la Paix) autrefois à Nizon et réédifiée au Pouldu (dans le SPR) ;
- Ancienne abbaye de Saint-Maurice y compris les sols archéologiques, douves, étang-en complément de l'arrêté de 1956 (dans le SPR).

GUILLIGOMARC'H

- Chapelle Notre-Dame de la Clarté.

MELLAC

- Calvaire du cimetière.

MOËLAN-SUR-MER

- Dolmen et menhir (ensemble de Kerandrege) ; Dolmen de Kercadoret ;
- Menhir de Mescléo en 2 parties ;
- Menhir de Kergoulouet ;
- Menhir de Kerseler ;
- Allée couverte de Kermeur Bihan.
- Allée couverte de Kergoustance.

- Dolmen et menhir (ensemble de Kerandrege) ;

QUERRIEN

- Chapelle de la Sainte-Trinité à Lanvénegen (56).

QUIMPERLE

- Cloître de l'église Sainte-Croix ;
- Ancien couvent des Ursulines : porte monumentale et Chapelle (dans le SPR) ;
- Pont fleuri de l'Ellée (dans le SPR) ;
- Maison du XVIème siècle Place Saint-Michel, façades et toiture (dans le SPR) ;
- Maison (de l'hospice) adossée à la façade occidentale de l'église Notre-Dame de Saint-Michel, immeubles en bordure de la ruelle entourant son abside (dans le SPR) ;
- Façades et toitures, 8 rue Brémond d'Ars (dans le SPR) ;
- Façades et toitures, 10 rue Brémond d'Ars (dans le SPR) ;
- Façades et toitures, 12 rue Brémond d'Ars (dans le SPR) ;
- Façades et toitures, 8 rue Savary (dans le SPR) ;
- Maison de retraite de Bourgneuf, portail d'entrée (dans le SPR) ;
- Escalier de l'ancien présidial, rue Brémond d'Ars (dans le SPR) ;
- Restes des ruines de Saint-Colomban sauf mur de façade (dans le SPR) ;
- Ancien couvent des Ursulines : bâtiments conventuels du XVIIème siècle (dans le SPR).

RIES-SUR-BELON

- Puits de Keramperchec (dans le SPR de Pont-Aven) ;
- Château du Hénant : tour, grosse tour et courtine bordant la cour sud, chapelle
- Dolmen de Kerscao à Loyan (sur Riec-sur-Bélon) ;
- Stèle protohistorique à Penlann ;
- Chapelle Saint-Nicolas ;
- Menhir de Kerseler (dans le SPR de Moëlan-sur-Mer) ;
- Allée couverte de Kermeur Bihan (dans le SPR de Moëlan-sur-Mer) ;
- Domaine de Keramperchec (dans le SPR de Pont-Aven, mais non cité) ;
- Château de Bélon.

SAINT-THURIEN

- Château Saint-Eloi à Guisriff (56).

SCAËR

- Restes de la Chapelle Saint-Jean (Croix)-détruite, pas de périmètre ;

- Chapelle de Coadry.

TREMEVEN

- Egise de Tréméven.

LE TREVOUX

- Dolmen de Kerscao à Loyan (sur Riec-sur-Bélon).

Rappel de la réglementation nationale

Les publicités sont interdites à l'intérieur des agglomérations (article L 581-8 1° du code de l'environnement). En complément de l'interdiction en dehors des agglomérations.

Seules deux préenseignes « dérogatoires » indiquant la proximité de ce monument peuvent être installées à moins de 100 m ou dans sa zone de protection, à la condition qu'il soit ouvert à la visite (article R 581-67 du code de l'environnement).

Les enseignes sont soumises à autorisation préalable, après accord de l'architecte des Bâtiments de France (articles L 581-18 et R 581-16 du code de l'environnement).

Site Patrimonial Remarquable (AC4)

CLOHARS-CARNOËT

- Site patrimonial remarquable de Clohars-Carnoët (AVAP).

MOËLAN-SUR-MER

- Site patrimonial remarquable de Moëlan-sur-Mer (ZPPAUP).

QUIMPERLE

- Site patrimonial remarquable de Quimperlé (modifié)-(ZPPAUP)

Rappel de la réglementation nationale

Les publicités sont interdites à l'intérieur des agglomérations (article L 581-8 2° du code de l'environnement).

Les enseignes sont soumises à autorisation préalable, après accord de l'architecte des Bâtiments de France (articles L 581-18 et R 581-16 du code de l'environnement).

Sites Natura 2000

Dispositions générales ■ Le réseau Natura 2000 est destiné à assurer un tissu cohérent d'espaces protégés, visant à assurer le maintien de la biodiversité des habitats naturels et des espèces sauvages sur le territoire européen. Il couvre ainsi un ensemble de sites naturels, terrestres et marins, identifiés pour la rareté ou la fragilité des espèces sauvages, animales ou végétales et de leurs habitats. Présent dans toute l'Europe, il concilie préservation de la nature et préoccupations socio-économiques. Sa constitution repose sur deux directives européennes :

- la directive 74/409/CEE du 2 avril 1979, dite « oiseaux », vise la conservation à long terme de toutes les espèces d'oiseaux de l'Union Européenne, en identifiant 181 espèces menacées qui nécessitent une attention particulière ;
- la directive 92/43/CEE du 21 mai 1992, dite « habitats, faune, flore », établit un cadre pour les actions communautaires de conservation de certaines espèces de faune (autre que les oiseaux) et de flore sauvages ainsi que d'habitats naturels présentant certaines caractéristiques. Cette directive répertorie 231 types d'habitats naturels et 900 espèces animales et végétales dits d'intérêt communautaire.

Les zones de protection spéciale (ZPS) - directive "oiseaux"

En application de la directive européenne concernant la conservation des oiseaux sauvages de 1979 (directive 'Oiseaux'), les zones de protection spéciales (ZPS) ont pour objectif de protéger les habitats naturels permettant d'assurer la survie des oiseaux sauvages, rares ou menacés, ainsi que les aires de reproduction, de mue, d'hivernage et les relais de migration pour l'ensemble des espèces migratrices. Sur ces zones doivent être évitées la pollution, la détérioration d'habitats, les perturbations touchant les oiseaux.

Préalablement à la désignation des ZPS, l'inventaire des zones importantes pour la conservation des oiseaux (ZICO) réunit l'ensemble des sites dont les critères ornithologiques justifient une attention particulière au regard de l'application de la directive qui vise à préserver, maintenir ou rétablir une diversité" et une superficie d'habitats pour toutes les espèces d'oiseaux vivant naturellement à l'état sauvage sur le territoire de la communauté européenne.

La directive européenne "Habitats, faune, flore" de 1992 vise à préserver la biodiversité par la conservation des habitats, ainsi que la faune et la flore sauvage sur le territoire de la communauté européenne, en tenant compte des exigences économiques, sociales et culturelles, ainsi que des particularités régionales et locales. Les espaces ainsi concernés sont regroupés en zones spéciales de conservation (ZSC).

Pour la mise en œuvre de la Directive "Habitats", les États membres proposent, après avoir consulté les collectivités locales concernées, l'inscription de sites naturels parmi la liste des Sites d'Importance Communautaire (SIC) arrêtée par la Commission européenne. Dès leur inscription sur cette liste, les États membres peuvent les désigner comme ZSC.

Application locale ■ le territoire de Quimperlé Communauté est concerné par les ZPS/ZSC

- Rivière Ellé (FR5300006)-(Arzano, Guilligomarc'h, Locunolé, Querrien, Quimperlé, Rédéné et Tréméven) ;
- Rivière Laïta (FR5300059)-(Clohars-Carnoët et Quimperlé) ;
- Rivière Scorff (FR5300026)-(Arzano et Guilligomarc'h)

Rappel de la réglementation nationale

Les publicités sont interdites à l'intérieur des agglomérations (article L 581-8 8° du code de l'environnement). En complément de l'interdiction en dehors des agglomérations.

Les enseignes sont soumises à autorisation préalable (article L 581-18 du code de l'environnement).

Espaces boisés classés et zones à protéger ■ Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol **sont interdits en agglomération** :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L.113-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

Les autres réglementations traitant de l'affichage publicitaires

La sécurité routière dans le code de la route

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R418-1 à R418-9 du code de la route complété par :

- ✓ l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et préenseignes hors agglomération du 17 janvier 1983 ;
- ✓ l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants ;
- ✓ l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière ;
- ✓ l'arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires.

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la route, le maire en agglomération, le responsable de la voie hors agglomération d'intervenir pour faire cesser les risques. En effet les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

L'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, cadre la politique prioritaire du handicap et de l'accessibilité .

Ses décrets d'application précisent les modalités :

- ✓ Décret n°2006-1657 du 21 décembre 2006 relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics ;
- ✓ Décret n°2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques, et par l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

Les passages et occupations sur domaine public et domaine privé doivent être conçus afin de permettre les déplacements et l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite dans la totalité des itinéraires.

L'attention doit être portée sur le cadre bâti intérieur, les parties privées, la voirie publique et privée, l'aménagement des espaces publics, les systèmes de transport et leur intermodalité.

Les dispositifs publicitaires positionnés sur la voirie doivent respecter cette exigence nationale.

L'occupation du domaine public

L'article L113-2 du code de la voirie routière traite de l'occupation du domaine public par les dispositifs publicitaires.

Il est également nécessaire de se référer aux articles L2122-1 à L2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques : toute installation envisagée sur le domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative. Cette autorisation est délivrée par le propriétaire de la voie, à titre précaire et révocable, sous la forme de permission de voirie (avec emprise au sol), ou de permis de stationnement (sans emprise au sol).

Ainsi, en application de l'article L2213-6 du code général des collectivités territoriales, en agglomération seul le maire peut délivrer des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

Les routes classées à grande circulation

Les routes suivantes appartiennent au réseau des routes classées à grande circulation, soumises aux dispositions de l'article L.111-6 du code de l'urbanisme, affectant le territoire de Morlaix Communauté ;

✓ **au titre du décret n°2010-578 du 31 mai 2010 modifiant le décret n°2009-615 du 3 juin 2009 :**

- RN 165 ;
- RD 62 de la RD 765 à la limite départementale ;
- RD 765 de la RN165 à la limite départementale ;
- RD 769 entre les limites départementales.

Dans les zones urbanisées situées aux abords des routes classées à grande circulation, l'implantation des dispositifs publicitaires devra respecter la qualité des paysages.

INDEX DES SERVICES

■ UDAP

Unité départementale de l'architecture et du patrimoine
3 rue Brizeux
29000 Quimper

■ DREAL

Direction régionale de l'environnement,
de l'aménagement et du logement
L'Armorique
10, rue Maurice Fabre
CS 96515
35065 Rennes cedex

■ DDTM

Direction départementale des territoires
et de la mer
2 boulevard du Finistère
CS 96018
29325 Quimper Cedex

Service Aménagement
Unité application du droit des sols

Tél : 02.98.38.45.20
1, square Marc Sangnier
CS 41925
29219 Brest cedex 2