

**AGGLOMERATION DU CHOLETAIS  
DEPARTEMENT DE MAINE ET LOIRE**

**Règlement local de publicité intercommunal**



**CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE**

**Commissaire enquêteur Raymond LEFEVRE**

*Décision TA Nantes E22000013 / 49  
Règlement local de publicité intercommunal  
EP du vendredi 22 avril 2022 au mercredi 25 mai 2022*

## SOMMAIRE

<b>Chapitre</b>	<b>Intitulé</b>	<b>Page</b>
<b>I</b>	<b>PREAMBULE</b>	<b>2</b>
<b>II</b>	<b>RAPPEL DU PROJET DE RLPi</b>	<b>3</b>
<b>III</b>	<b>DEROULEMENT ET CLOTURE DE L'ENQUETE</b>	<b>4</b>
<b>IV</b>	<b>BILAN DE L'ENQUETE</b>	<b>6</b>
<b>V</b>	<b>CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVES DU COMMISSAIRE ENQUETEUR</b>	<b>23</b>

## I – Préambule

L'AdC a été créée le 1er janvier 2017 par la fusion de la communauté d'agglomération du Choletais avec la communauté de communes du Bocage ainsi que les communes du périmètre de l'ancienne communauté de communes du Vihiersois-Haut-Layon, telle que l'avait envisagée le schéma départemental de coopération intercommunale de Maine-et-Loire, approuvé le 22 janvier 2016 par la commission départementale de coopération intercommunale.

Le RLPi est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal ou intercommunal. Il permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales dans le but de protéger le cadre de vie, de réduire la pollution visuelle et ainsi de valoriser les paysages. Le RLP permet également aux maires de prendre les compétences de la police de la publicité et ainsi de s'assurer de la bonne application de leur projet.

Actuellement, une seule commune, Cholet, dispose d'un règlement local de publicité (RLP) communal qui sera caduc le 13 juillet 2022.

Les règlements locaux de publicité intercommunaux (RLPi), devenus de véritables instruments de planification locale, offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes).

Le conseil communautaire a prescrit, dans sa séance du 17 février 2020, l'élaboration d'un RLPi sur l'intégralité du territoire de l'AdC.

Les objectifs et les modalités de la concertation avec le public ont alors été définis.

Après communication pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration à la Commission Départementale Nature Paysage Sites (CDNPS), le projet de RLPi est soumis à la présente enquête publique au titre des « projets, plans et programmes ayant une incidence sur l'environnement ».

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement ainsi que le décret d'application n°2012-118 du 30 janvier 2012 ont induit une réforme importante de la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes. Elle est entrée en vigueur le 1er juillet 2012 et prévoit une mise en conformité des RLP existants avec la nouvelle réglementation avant le 13 juillet 2020.

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal modifie, complète et précise la réglementation nationale qui résulte du Chapitre 1er Titre VIII du Livre V du code de l'environnement (articles L 581-14 à L581-14-3 du Code de l'Environnement). Son élaboration est encadrée conjointement par le code de l'Environnement et le code de la Route.

Les procédures d'élaboration, de révision ou de modification d'un Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPi) sont identiques à celles relatives au Plan Local d'Urbanisme Intercommunal.

En pratique, le principe d'élaborer le RLPi est soumis à délibération du conseil communautaire en matière de PLUi en application de l'article L. 123-6 du code de l'urbanisme (procédure identique à celle des PLUi).

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de RLPi est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

L'enquête publique à laquelle est soumise le RLPi, est régie par le code de l'Environnement Chapitre III du Titre II du livre 1er, parties législatives et réglementaires (art. L121.1 et suivants et R123-1 et suivants), et par le Code de l'urbanisme (art. L153.19 et 153-8 à 153-10).

Le RLPi, une fois approuvé, est annexé au PLUi ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

## II – Rappel du projet de RLPi

Conformément à la loi du 12 juillet 2010 et selon les articles R581-1 et suivants du code de l'environnement, le projet de RLPi est composé d'un rapport de présentation, d'une partie réglementaire et d'annexes cartographiques.

C'est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur le territoire concerné et qui inclut aussi, par exception, dans des lieux spécifiés à l'article L.581-8 du code de l'environnement, l'implantation de publicité.

Par délibération VI-2 du 17 février 2020, le Conseil de Communauté a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'AdC et définit ses objectifs d'une façon générale :

- Eviter la caducité, sachant que le RLP sera caduc le 13 juillet 2022,
- Adopter des règles plus restrictives,
- Permettre l'implantation de la publicité hors interdictions sur les sites patrimoniaux remarquables (SPR), sur les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques et sur les sites Natura 2000.

Et plus particulièrement :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie en protégeant le patrimoine naturel et bâti,
- Mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville,
- Adopter des dispositions plus respectueuses du cadre de vie applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes, adaptées au territoire intercommunal,
- Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire intercommunal pour renforcer son identité,
- Réglementer les nouvelles technologies notamment la publicité et les enseignes numériques.

A l'issu du diagnostic réalisé au 1<sup>er</sup> trimestre de 2021, le projet propose :

*Pour l'agglomération du Choletais, 8 orientations :*

- Encadrer les dispositifs aux entrées des villes
- Augmenter les horaires d'extinction des dispositifs
- Limiter la densité des publicités et préenseignes
- Harmoniser le format des préenseignes dérogatoires
- Encadrer les enseignes perpendiculaires
- Réglementer les enseignes temporaires
- Harmoniser les enseignes scellées au sol
- Encadrer les enseignes numériques

*Pour la ville de CHOLET, 8 orientations :*

- Interdire les dispositifs multiples sur un même emplacement
- Améliorer l'esthétisme des dispositifs
- Réglementer la hauteur des panneaux par rapport à la chaussée
- Réglementer les dispositifs dans les zones résidentielles
- Réduire le format des dispositifs
- Encadrer les publicités et préenseignes numériques
- Réglementer les enseignes de toiture
- Limiter le nombre d'enseignes scellées au sol de moins de 1 m<sup>2</sup>

Ces orientations ont pour but de rechercher à lutter contre la pollution visuelle, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel.

L'AdC veut maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de son territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

### **III – Déroulement et clôture de l'enquête**

L'enquête publique s'est déroulée, de manière satisfaisante, conformément aux dispositions de l'arrêté n°2022/15 en date du 1<sup>er</sup> avril 2022, portant organisation de l'enquête, **du vendredi 22 avril 2022 à 9h00 au mercredi 25 mai 2022 17h**, soit durant 34 jours consécutifs, sur le territoire de l'Agglomération du Choletais dans les communes de Cholet, au siège de l'agglomération pour l'ouverture et la fermeture de l'enquête, à la mairie d'Yzernais, à la mairie de Lys-Haut Layon, commune déléguée de Vihiers et à la mairie de Vezin.

Durant toute la procédure, les pièces du dossier ont été tenus à la disposition du public dans les mairies des lieux de permanence et étaient également consultables sur le site de l'AdC.

L'enquête a fait l'objet d'une publicité satisfaisante, avec avis dans la presse dans les délais voulus, parution sur le site de l'AdC et affichage apposé et maintenu pendant toute la durée de l'enquête au siège de l'enquête et dans les mairies des lieux de permanence.

Des panneaux d'information ont également été installés sur des lieux plus stratégiques du territoire communal, fréquentés par le public. Le Commissaire Enquêteur a joint en annexe un tableau récapitulatif des mesures complémentaires de publicité par communes.

Le dossier contenait toutes les informations utiles pour renseigner le public sur l'objet de l'enquête et en comprendre ses principales caractéristiques et enjeux. Une notice explicative non technique présentait le projet dans sa globalité, rappelant son contexte et expliquant la spécificité de la procédure.

#### ***Avis du commissaire enquêteur***

*Je considère que le dossier était bien présenté, conforme à la réglementation, très accessible pour le public et particulièrement explicite sur la démarche menée par la commune. Le règlement proprement dit est simple et de lecture facile.*

*Je me suis tenu à la disposition du public en assurant 5 permanences dont deux au siège de l'enquête.*

*La participation du public a été toute relative, ce qui pourrait conduire à penser que la démarche de l'agglomération et les prescriptions établies, correspondent aux attentes de la population, attachée au cadre de vie et à la qualité paysagère et patrimoniale de son territoire. Il semblerait que le public n'ait pas pris la mesure de la démarche et du souci de l'agglomération de les protéger d'une pollution visuelle qui nuirait à leur environnement quotidien et à l'attrait de leurs lieux de vie.*

*Les moyens de concertation mis en œuvre tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, tels qu'ils sont rappelés dans le bilan établi de cette concertation préalable, figurant au dossier d'enquête, ont été semble-t-il suffisants pour renseigner le public, les partenaires et les professionnels et conforter l'opportunité et l'acceptabilité du projet de réglementation envisagé.*

*Conformément à l'article R.123-18 du code de l'environnement, j'ai remis le vendredi 27 mai 2022 au représentant de l'AdC un procès-verbal de synthèse. Le mémoire en réponse m'a été transmis par courriel le vendredi 10 juin 2022 et m'est parvenu par courrier le jj jj juin 2022.*

### 3.1 Organisation et tenue des permanences

4 registres d'enquête, côtés, paraphés et ouverts par le Commissaire Enquêteur, ont été mis à la disposition du public dans les communes de Ysernais, de Lys-Haut-Layon et Vezin où se sont tenues les permanences ainsi qu'au siège de l'AdC à Cholet où se sont tenues les permanences d'ouverture et de clôture de l'enquête publique.

Le public a pu formuler ses observations, soit en les consignait sur les registres à feuillets non mobiles numérotés, soit en les adressant par écrit au commissaire enquêteur au siège de l'enquête, au siège de l'AdC ou par voie électronique à l'adresse dédiée suivante : [rlpi@choletagglomeration.fr](mailto:rlpi@choletagglomeration.fr) pour être annexées au registre d'enquête de Cholet.

En application de l'arrêté intercommunal portant organisation de l'enquête, le commissaire enquêteur s'est tenu à la disposition du public en assurant 5 permanences :

- Le vendredi 22 avril 2022 de 9 h00 à 12h00 à Cholet (ouverture de l'enquête)
- Le lundi 2 mai 2022 de 9h00 à 12h00 à Ysernais
- Le mardi 10 mai 2022 de 9h00 à 12h00 à Lys-Haut-Layon
- Le vendredi 20 mai de 14h00 à 17h00 à Vezins
- Le mercredi 25 mai 2021 de 14h00 à 17h00 (clôture de l'enquête).

Les permanences se sont déroulées dans des conditions matérielles satisfaisantes, les salles mises à disposition pour recevoir le public étaient appropriées au besoin en matière de consultation des documents qui composaient le dossier d'enquête.

En dehors des permanences du commissaire enquêteur, les dossiers d'enquête étaient consultables à l'accueil des mairies.

Durant ses permanences, le commissaire enquêteur a pu s'entretenir avec plusieurs maires ou représentants des communes. Il remercie le personnel communal pour son accueil et sa disponibilité.

#### ***Avis du Commissaire Enquêteur***

*Si ce projet de RLPi a suscité de l'intérêt pour les professionnels, on peut regretter que cela n'ait pas vraiment été le cas pour les habitants, l'impact sur l'environnement des publicités n'étant pourtant pas innocent.*

### 3.2 Le climat général de l'enquête et le public rencontré durant les permanences

L'enquête publique s'est déroulée dans un bon climat.

La participation du public n'a jamais été entravée durant la procédure, sachant qu'en plus des permanences, d'autres moyens étaient réglementairement mis en place pour déposer les observations relatives au projet, qu'il s'agisse des courriers ou des courriels qui pouvaient être adressés au commissaire enquêteur.

### 3.3 Clôture de l'enquête

L'enquête s'est terminée le mercredi 25 mai 2022, le commissaire enquêteur ayant tenu sa dernière permanence de 14h00 à 17h00 à l'Hôtel d'Agglomération, siège de l'enquête. Le registre a été clos et emporté par le commissaire enquêteur avec l'ensemble des courriers et courriels reçus. Les autres registres déposés dans les 3 communes ont été collectés puis remis au commissaire enquêteur le vendredi 27 mai 2022 en fin de matinée. Enfin, le Commissaire Enquêteur a réceptionné et pris connaissance des 26 certificats d'affichage communiqués par l'AdC qui les a collectés.

Les habitants ne se sont pas mobilisés pour cette enquête malgré la concertation préalable organisée par l'AdC et une information fournie mise en place en amont et pendant toute la durée de l'enquête publique par l'AdC.

3 observations ont été portées sur les registres réservés à l'objet de l'enquête relative au RLPi.

4 observations ont été déposées par mail

2 courriers ont été déposés mais 1 des 2 est le doublon d'une déposition par mail.

Elles ont toutes été traitées.

### 3.4 Procès-verbal de synthèse

Conformément à l'article R.123.18 du code de l'environnement, le commissaire enquêteur a remis le vendredi 27 mai 2022 à 11h30, au siège de l'AdC, au chargé du suivi du projet, monsieur Alexis RICHARD, un procès-verbal de synthèse. Préalablement, la version numérique en a été diffusée à L'AdC le 26 mai 2022.

Le procès-verbal de synthèse est joint dans son intégralité au rapport établi par le commissaire enquêteur. Il a donné lieu à un temps d'échanges et de commentaires avec le représentant de la collectivité. Le commissaire enquêteur a attiré son attention sur les points particuliers qui soulèvent des questions et méritent des approfondissements et des réponses précises.

### 3.5 Le mémoire en réponse

Le mémoire en réponse de l'AdC, en date du 10 juin 2022 est parvenu au commissaire enquêteur d'abord par voie électronique le 10 juin 2022 puis par courrier postal en recommandé avec accusé de réception le 13 juin 2022.

Le commissaire enquêteur en a pris connaissance et observe que le maître d'ouvrage a répondu méthodiquement à chacune de ses questions et intégré ses commentaires dans le corps du procès-verbal de synthèse qu'il lui avait remis. Le mémoire en réponse reprenant la trame du PVS seules les questions posées par le Commissaire Enquêteur et les réponses de l'AdC sont jointes au rapport d'enquête.

## IV Bilan de l'enquête

### 4.1 Analyse des observations recueillies sur le projet

Le faible nombre d'observations déposées n'a pas permis de dégager des thèmes particuliers mais des questions portant sur certaines règles du RLPi de l'AdC.

Les réponses aux questions du Commissaire Enquêteur sont portées ci-après ainsi que l'avis du Commissaire Enquêteur sur l'objet des questions et les réponses apportées par l'AdC.

#### 4.1.2 Les avis des PPC, des PPA et des communes

Commune	Cholet
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>La commune de Cholet demande de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• réintroduire la publicité de petit format sur devanture commerciale dans la zone P3,</li> <li>• réintroduire les préenseignes dans la zone P3,</li> <li>• modifier la règle générale relative à la publicité murale, afin de garantir la protection des éléments architecturaux tels que les modénatures, sans pour autant générer de contraintes spécifiques pour les supports sans intérêt particulier.</li> </ul>	

<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
L'AdC est favorable à ces réserves et proposera au Conseil de Communauté leur prise en compte.	
<b>Avis du Commissaire Enquêteur</b>	
Le Commissaire Enquêteur prend bonne note de la position de l'AdC qui manifeste ainsi sa volonté de prendre en compte les spécificités locales.	
<b>Commune</b>	<b>Coron</b>
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>La commune de CORON demande que :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>le lieu-dit La Garenne, route de Chanteloup les Bois ne doit pas faire partie de la zone en agglomération</i></li> <li>• <i>la zone de Chantelevent, contenant une activité de restauration, doit être intégrée au périmètre de l'opération</i></li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
L'AdC est favorable à ces réserves et proposera au Conseil de Communauté leur prise en compte.	
<b>Avis du Commissaire Enquêteur</b>	
Le Commissaire Enquêteur note que les modifications « techniques » seront apportées.	
<b>Commune</b>	<b>Cholet</b>
<b>Observations/réserves n°8</b>	
<i>La commune de CHOLET demande de remédier aux « anomalies » ci-après, quel est votre position ?</i>	



Dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi), la Ville de Cholet a constaté plusieurs anomalies dans le projet arrêté par le Conseil de Communauté de l'Agglomération du Choletais (AdC) en date du 17 janvier 2022.

La première anomalie est liée à une incohérence entre le règlement écrit et le document graphique en matière de publicité. En effet, le règlement écrit définit une zone P4 sur la route de Maulévrier, alors que le document graphique fait empiéter son périmètre sur la rue de Lorraine. La Ville de Cholet demande donc de réduire le contour de ce secteur à la stricte route de Maulévrier.

La deuxième anomalie est liée à l'interdiction de la publicité en zone P3, conformément à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement qui la proscriit dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR). Toutefois, ce même article en autorise la réintroduction dans le cadre d'un RLP(i). Dans un contexte où certains commerces de ce secteur disposent de façades à fort intérêt architectural et ne peuvent pas ou peu supporter des enseignes, la mise en place de préenseignes est une alternative pour renforcer leur signalisation, notamment dans le cadre de commerces enclavés dans le tissu urbain ou ayant besoin d'un jalonnement, comme les hôtels. La Ville de Cholet demande donc la réintroduction des préenseignes en zone P3, avec un format maximal de 1,50 m<sup>2</sup>.

La troisième anomalie est liée à l'interdiction de la publicité sur façade en zone P3, dans un contexte où de nombreux commerces qui s'y trouvent supportent traditionnellement ce type de dispositifs (tabacs, presse, boulangerie, etc.). La Ville de Cholet demande donc de réintroduire la publicité de petit format dans ce secteur.

La quatrième anomalie concerne l'installation d'enseignes à étage dans les zones E1 et E2, fortement contraintes par le projet de RLPi. Afin de permettre aux commerçants de signaler leurs activités à l'étage de la même façon qu'au rez-de-chaussée, la Ville de Cholet demande à ce que les dispositions relatives à l'implantation d'enseignes sur façades soient les mêmes en zones E1 et E2 sur l'ensemble de l'immeuble.

La cinquième anomalie concerne l'autorisation des enseignes numériques sur façade en zone E2. Afin de limiter leur impact et de préserver ainsi le patrimoine, la Ville de Cholet demande d'en restreindre la diffusion à des messages image par image.

La sixième anomalie est liée aux agences immobilières, qui signalent leur opération de vente ou de location en apposant des panneaux. Bien que cette signalétique soit provisoire, ces panneaux, par leur qualité et leurs teintes, dégradent le paysage urbain. La Ville de Cholet demande donc de réglementer le format et la teinte de ces dispositifs, ainsi que les matériaux qui les constituent.

La septième anomalie est liée au format de l'arrêté de limites d'agglomération de Cholet. Dans un contexte où les arrêtés des autres communes de l'AdC indiquent l'emplacement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération sous forme de données géolocalisées, il serait souhaitable que l'arrêté de Cholet soit actualisé pour lui aussi contenir des coordonnées sous format GPS.

### **Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

L'AdC est favorable à ces observations et proposera au Conseil de Communauté leur prise en compte.

### **Avis du Commissaire Enquêteur**

Le Commissaire Enquêteur note que les modifications « techniques » seront apportées et la volonté de la part de l'AdC de prendre en compte les spécificités locales.

Organisme	Etat
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>Les services de l'Etat ont écrit :</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Une grande partie du territoire est classé en secteur E 5 qui permet un grand nombre d'aménagements qui sont susceptibles de dévaluer la qualité du paysage en zone rurale. Il pourrait être utile d'apporter des prescriptions plus restrictives dans ces zones et d'inscrire en protection renforcée (zone 4) les abords des monuments historiques et les sites inscrits.</i></li> <li>2) <i>Pour les mêmes raisons, les dispositifs publicitaires mériteraient d'être interdits aux abords des monuments historiques et des sites inscrits.</i></li> <li>3) <i>Il conviendrait de préciser la hauteur maximale des colonnes culturelles en zone p 3. 5.</i></li> <li>4) <i>Il conviendrait de définir ce que l'on entend par publicité numérique, et notamment rappeler qu'il ne doit pas s'agir d'une vidéo.</i></li> <li>5) <i>Sur la forme, nous suggérons d'améliorer la qualité des plans de zonage des enseignes, des cartes des communes autres que Cholet n'étant pas lisibles.</i></li> <li>6) <i>Il serait également utile d'annexer une cartographie intégrant les périmètres des monuments historiques, des sites remarquables, des espaces boisés classés, des zones naturelles et de l'autoroute afin de faciliter le travail d'instruction et de contrôle qui vous sera dévolu dorénavant.</i></li> <li>7) <i>Certains nombres d'affichages publicitaires restent admis en zone résidentielle, même si les dispositifs sont de tailles réduites et en nombre limité, ce qui est susceptible de générer du contentieux de la part de certains habitants, généralement épargnés par là superposition des dispositifs.</i></li> </ol>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Eu égard à la problématique du maintien des derniers commerces dans les espaces ruraux, les élus de l'AdC souhaitent faciliter l'installation des commerçants en limitant les contraintes dans les zones E5, qui couvrent les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Des règles supplémentaires seront néanmoins exigées vis-à-vis du Code de l'environnement (limitation de la hauteur des enseignes scellées au sol à 6 mètres et de la hauteur des enseignes sur toiture à 3 mètres avec une règle de proportionnalité par rapport aux façades, limitation de la surface des enseignes numériques à l'intérieur des vitrines). Concernant les abords des monuments historiques et les sites inscrits, l'AdC rappelle que l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) sera toujours exigé et permettra d'assurer le respect de l'architecture et du patrimoine local dans les projets d'implantation d'enseignes.</li> <li>2) Le Règlement National de Publicité (RNP) protège relativement bien les agglomérations de moins de 10 000 habitants. En outre, des exigences supplémentaires seront demandées en matière de densité des panneaux et de respect vis-à-vis de l'esthétisme des façades. Par ailleurs, le règlement écrit liste les communes qui ont souhaité interdire la publicité, exceptée sur mobilier urbain, au sein des périmètres de protection des monuments historiques, à savoir Maulévrier, Le May-sur-Èvre, La Séguinière, Somloire et la commune associée du Puy-Saint-Bonnet.</li> <li>3) En zones P3 et P7, le projet de RLPi prévoit effectivement que la hauteur de la publicité sur mobilier urbain ne dépasse pas 3 mètres, hormis pour les colonnes culturelles (dites " colonnes Morris ") pour lesquelles elle n'est pas restreinte. Suite à cette remarque, l'AdC proposera au Conseil de Communauté de limiter la hauteur de ces supports à 7 mètres.</li> </ol>	

4) Le Code de l'environnement ne donne pas de définition de la technologie du numérique. L'AdC proposera au Conseil de Communauté d'interdire les vidéos diffusées par les enseignes numériques à plat sur mur en secteur E2.

5) Certains plans manquant effectivement de lisibilité, l'AdC en améliorera la qualité.

6) Une cartographie intégrant les périmètres des monuments historiques, des sites remarquables, des espaces boisés classés, des zones naturelles et de l'autoroute sera intégrée, afin de faciliter le travail d'instruction et de contrôle.

7) Au sein de la zone P2, qui couvre une grande partie du territoire, les règles seront en réalité relativement contraintes. Par exemple, toute forme de numérique y sera interdite, afin de ne pas nuire à la quiétude des habitants. Toutefois, pour conserver un juste équilibre entre d'un côté les objectifs économiques et les besoins de communication, de l'autre les objectifs du Code de l'environnement et du RLPI tels que la préservation des paysages et du cadre de vie, les afficheurs pourront installer des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol, en respectant un format plus réduit qu'au sein des zones d'activités ou commerciales (4,7 m<sup>2</sup> contre 10,5 m<sup>2</sup>).

### **Avis du Commissaire Enquêteur**

A la lecture des réponses apportées par l'AdC, le Commissaire Enquêteur constate que l'équation « protection de l'environnement et développement économique » est bien intégrée. D'une façon générale les remarques de l'Etat ont été prises en compte et les améliorations souhaitées seront prises en compte.

### **Organisme**

CCI

### **Observations/réserves**

*La CCI propose :*

*1) D'accompagnement technique et a proposé auprès des chefs d'entreprises qui pourraient rencontrer les difficultés d'interprétation réglementaires. Une annexe illustrée des règles retenues et ou un guide des bonnes pratiques, pourrait être réalisé en ce sens.*

*2) La suppression et là diminution de surfaces de nombreux panneaux publicitaires ne devront pas être compensées par une augmentation du montant de la taxe locale sur les entreprises et la publicité extérieure applicable aujourd'hui ou d'une autre taxe supportée par les entreprises.*

*3) Le RLPI prescrit, l'extinction des publicités et pré enseignes lumineuses 23h-7h du matin. la CCI souhaite que soit reconsidéré ce principe en inscrivant une période d'extinction 23h30-6h30 ce qui limiterait les impacts financiers de cette mesure et seraient plus adaptés aux intérêts des entreprises notamment celles en charge de la commercialisation de ces espaces.*

*4) En cas de cessation d'activité l'enseigne doit être supprimée dans les 3 mois qui suivent cette cessation. Dans l'application de cette règle et l'exercice de pouvoirs de police, la CCI souhaite que le retrait d'une enseigne soit réalisé dans le cas d'une cessation définitive et non temporaire, dans le cadre d'une transmission d'activité.*

### **Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

1) Dans le cadre de la mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage confiée au bureau d'études *Mesures & Perspectives*, il n'a pas été convenu d'accompagner techniquement les chefs

d'entreprises dans le décryptage du nouveau règlement. Toutefois, des photos ou croquis pourront, au besoin, être ajoutées au règlement, afin d'en assurer une meilleure compréhension.

2) La question de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) est étrangère au RLPi, même si la réduction de la publicité et des enseignes par le nouveau règlement aura un impact sur les recettes. Cette taxe a seulement été instaurée par la Ville de Cholet, au 1<sup>er</sup> janvier 2009, afin d'améliorer, en premier lieu, le cadre de vie en luttant contre la pollution visuelle. C'est pourquoi, les tarifs votés sont restés inchangés depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014. En outre, ils demeurent sensiblement inférieurs aux tarifs de droit commun et resteront figés en 2023. Les autres communes de l'AdC n'ont, jusqu'à présent, pas manifesté le souhait d'instituer la TLPE.

3) L'AdC déploie actuellement des actions pour lutter contre la pollution lumineuse en intervenant, par exemple, sur les modalités d'extinction de l'éclairage public. Il serait donc incohérent qu'elle adopte une politique moins ambitieuse sur la publicité lumineuse. Lors de l'élaboration du RLPi, les élus de l'AdC ont ainsi été unanimes quant aux dispositions à prendre en la matière. En outre, cela répond à l'orientation de l'harmonisation des règles sur le territoire communautaire. Naturellement, les commerces et entreprises en activité dans les plages d'extinction seront autorisés à allumer leurs enseignes lumineuses.

De plus, la collectivité n'a pas souhaité freiner le développement du numérique, lequel doit cependant être encadré. Afin de répondre aux réserves d'une partie du public et aux associations environnementales, l'augmentation des horaires d'extinction de la signalétique lumineuse reste le levier le plus efficace ; les autres outils réglementaires étant flous.

4) Le projet de RLPi reprend les dispositions de l'article R. 581-58 du Code de l'environnement, qui stipule que l'enseigne doit être supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et que les lieux doivent être remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité. À défaut d'occupant, le RLPi intègre la responsabilité des propriétaires des locaux commerciaux. Pour rappel, les dispositions d'un RLPi ne peuvent être moins restrictives que celles du Code de l'environnement.

L'article en question a pour objectif de limiter les enseignes sur les friches commerciales de longue durée qui ne sont plus entretenues. Inesthétiques, elles nuisent au paysage urbain et peuvent se révéler dangereuses. C'est pourquoi, ce pouvoir de police doit être exercé. Naturellement, l'information d'une reprise d'un commerce, dans les 3 mois suivant sa fermeture, suspendra toute procédure.

### **Avis du Commissaire Enquêteur**

Le Commissaire Enquêteur note que chaque observation s'est vu apporter une réponse rappelant les limites de la loi et la possibilité d'aménagement local. Pour exemple, il serait anormal de maintenir un affichage publicitaire d'une société ayant cessé son activité même si un repreneur est pressenti, celui-ci n'apportant pas à priori tous les services évoqués sur la publicité.

**Organisme**

**La Sauvegarde de  
l'Anjou**

### **Observations/réserves (obs n°2)**

*Hormis le constat qu'un grand nombre d'observations a été pris en compte, La Sauvegarde de l'Anjou, pour le territoire hors Cholet :*

*1) regrette que la publicité murale soit permise au sein de secteurs résidentiels*

2) en termes d'enseigne, le zonage proposé nous paraît pas à même de tenir compte des enjeux patrimoniaux des communes concernées et cette absence d'encadrement renforcé dans ces secteurs patrimoniaux aboutit à autoriser des enseignes de dimensions totalement disproportionnées. À noter que les enseignes numériques y sont également autorisés. Situation pour La Sauvegarde de l'Anjou inacceptable et qui rend nécessaire une extension de la zone de protection renforcée (enseigne) pour inclure les secteurs patrimoniaux abusivement exclus dans le projet présenté en enquête publique. Un tel **redécoupage constitue une réserve** qui conditionne notre avis favorable à ce document.

Pour le territoire de Cholet :

3) demande la suppression de la possibilité d'implantation de publicité scellées au sol

4) les dispositifs de mobilier urbain de 8m<sup>2</sup> sont d'une dimension trop importante

5) **l'avis favorable sur la publicité** est conditionné au retrait de la possibilité de dispositifs de publicité numérique au sein du site patrimonial remarquable

6) pour les enseignes, La Sauvegarde demande de limiter les dispositifs scellés au sol à 1 enseigne par établissement

7) **l'avis favorable sur les enseignes** est conditionné au retrait de la possibilité de dispositifs de publicité numérique au sein du site patrimonial remarquable

En conclusion, avis favorable sous réserve de :

8) l'inclusion dans la zone de protection renforcée (enseignes) de l'ensemble des secteurs patrimoniaux inventoriés à la page 23 du rapport de présentation

9) la suppression de la possibilité d'implantation de publicités numériques et enseignes numériques au sein du secteur patrimonial remarquable de Cholet.

### **Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

1) Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les zones résidentielles constituent la majorité du tissu urbain. Interdire totalement la publicité murale dans ces secteurs équivaldrait à l'interdire totalement pour nombre de ces petites communes. De plus, le Code de l'environnement encadre fortement dans ces agglomérations la possibilité d'installer ce type de dispositif (implantation seulement possible sur mur aveugle). C'est pourquoi les élus de l'AdC ont décidé d'autoriser ces dispositifs, avec toutefois des contraintes comme la densité (maximum 1 panneau par unité foncière).

2) Eu égard à la problématique du maintien des derniers commerces dans les espaces ruraux, les élus de l'AdC souhaitent faciliter l'installation des commerçants en limitant les contraintes dans les zones E5, dites de protection simple. Les zones à enjeux patrimoniaux de ces communes sont majoritairement couvertes par des périmètres délimités des abords. Dans ces secteurs, toute demande d'autorisation de pose d'enseigne fera l'objet d'une demande d'avis de l'ABF et permettra d'assurer le respect de l'architecture et du patrimoine local.

3) Interdire totalement les dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants constituerait une atteinte à liberté d'expression et serait rejeté par le Tribunal Administratif.

4) Limiter les formats du mobilier urbain constituerait une atteinte à liberté d'expression et serait rejeté par le Tribunal Administratif.

5) En adéquation avec les enjeux du programme national Action Cœur de Ville dont elle bénéficie, la Ville de Cholet souhaite conserver la possibilité d'installer de la publicité numérique sur mobilier urbain dans son centre-ville couvert par le Site Patrimonial Remarquable (SPR). Il est ainsi

envisagé de diffuser des messages visant à promouvoir le commerce de centre-ville, en informant le public des différentes opérations commerciales, de l'ouverture de nouveaux établissements, de la localisation de diverses activités, etc. La souplesse qu'apporte cette nouvelle technologie autorisera des campagnes plus nombreuses, souvent plus brèves et répondant quasi instantanément aux besoins des commerçants. Le RLPi prévoit d'autoriser la publicité sur mobilier urbain donc sous le contrôle de la collectivité.

De plus, l'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier l'article E.2.6 relatif au enseignes numérique dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR) afin d'interdire les vidéos sur les enseignes extérieures. Une diffusion image par image préservera ainsi le paysage urbain.

6) Tout comme le Code de l'environnement, le RLPi ne réglemente que les enseignes de plus d'1 m<sup>2</sup>. Celles-ci sont limitées à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

7) Cf.. 5)

8) Cf.. 2)

9) Cf.. 5)

#### Avis du Commissaire Enquêteur

Le Commissaire Enquêteur note que des explications claires ont été apportées aux questionnements de La Sauvegarde de L'Anjou. A mon avis, ces explications justifient les décisions prises pour l'élaboration des mesures du RLPi de l'AdC.

#### 4.1.3 Les avis du public et des organismes de la publicité

**Commune de** Lys-Haut-layon

**Date de dépôt**

10/05/2022

**Type de dépôt**

ReM

**Nom, prénom, adresse**

COTTENCEAU André, 5 imp. de La Baumette

St Hilaire du Bois

49310 LYS-HAUT-LAYON

**Observations n° 3**

« Lorsque le RLPi de l'AdC sera approuvé, comment comptez-vous faire respecter ce règlement ?

1) Ceci concerne les panneaux publicitaires sauvages et la publicité lumineuse (éclairage permanent de nuit)

2) En campagne, la signalisation de commerces, de Stés sera-t-elle maintenue et sous quelle forme ? »

**Position de AdC**

1) À l'approbation du RLPi, la compétence de police sera transférée du Préfet au Maire. Selon sa nature, toute signalétique devra alors faire l'objet soit d'une déclaration préalable, soit d'une demande d'autorisation d'installation.

Si la déclaration préalable ou la demande d'autorisation n'est pas faite, ou si elle n'est pas conforme, le contrevenant risque une amende administrative de 1 500 € et une amende pénale de 7 500 €. Si la situation n'est pas régularisée, il sera soumis à une astreinte d'environ 200 € par jour de retard. Les amendes et les astreintes sont données par le préfet de département.

2) L'article L.581-7 du Code de l'environnement interdit la publicité et les préenseignes hors agglomération. Les entreprises situées dans ces secteurs ne pourront être signalées que par des enseignes (signalétiques installées sur l'immeuble de l'activité) ou bien par des préenseignes dérogatoires si elles signalent la fabrication ou la vente de produits du terroir.

### Avis du Commissaire Enquêteur

Le Commissaire Enquêteur note qu'il a été répondu au pétitionnaire.

En ce qui concerne la publicité et les préenseignes, il est satisfaisant de constater que des mesures dérogatoires sont prévues.

**Commune de** Lys-Haut-layon

**Date de dépôt**

10/05/2022

**Type de dépôt**

ReM

**Nom, prénom, adresse**

Sté Affiouest, M. ARNAUD Gille, 10 rue du Breil - CS 98 101  
35081 RENNES cedex9

**Observations n°4**

Après un rappel de la réglementation en vigueur, de l'utilité des affichages, du respect de l'environnement dont elle fait preuve, Affiouest, « *qui représente plus d'une centaine d'emploi dans la région* », s'inquiète des conséquences des dispositions du projet de RLPi de l'AdC et propose :

- 1) « *de remettre à plat l'implantation géographique des panneaux d'affichage et de réduire leur format en passant à un maximum de 8 m<sup>2</sup> d'affichage en zones d'activité et axes structurants.*
- 2) « *de maintenir le format portatif de 4 m<sup>2</sup> en agglomération. Ces formats permettent de proposer un réseau efficace et respectueux dans le Choletais.*
- 3) « *d'améliorer la densité en ramenant le linéaire minimum à 20 M. »*

**Position de AdC**

1) Le diagnostic réalisé lors de l'élaboration du RLPi a mis en évidence que la plupart des panneaux non conformes sont en infraction aux dispositions du Code de l'environnement : installations hors agglomération, panneaux scellées sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, etc. Dans les zones d'activités, le RLPi prévoit des règles moins contraintes que dans les autres secteurs, dispositions qui doivent toutefois bien entendu être conformes à la réglementation nationale. Par exemple, les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne pourront accueillir que des dispositifs d'un format maximal de 4,70 m<sup>2</sup>.

2) Le « format portatif » est surtout utilisé pour de la signalétique temporaire (expositions, chantiers, etc.). Ces panneaux devront, donc être conformes aux dispositions régissant les enseignes et préenseignes temporaires. Si ces dispositifs ont vocation à être permanents, ils seront considérés comme scellés au sol, donc interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

3) L'interdiction de la publicité sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur ou égal à 30 mètres ne concerne que le territoire de Cholet. Cette disposition est d'ailleurs déjà présente dans le RLP actuel. Il ne devrait donc pas y avoir de démontage de panneaux à prévoir.

### Avis du Commissaire Enquêteur

Le Commissaire Enquêteur note qu'il a été répondu au pétitionnaire.  
On touche du doigt l'équilibre entre environnement et économie. La pratique antérieure, si elle ne correspond plus aux nouvelles dispositions, devra s'adapter.

**Organisme**

**SNPE**

### Observations/réserves n°5

Dans un mémoire de 5 pages, le SNPE rappelle ses observations et souhaits d'aménagement du RLPi, résumées ci-après, motivées par les pertes économiques et le risque d'atteinte à l'emploi. Il est résumé ci-après :

1) « *Tel qu'il est rédigé, le RPI menace non seulement notre filière mais privera également les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières.*

*Tel qu'il nous est présenté le projet de RLPi pays engendre une inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé, notamment en matière de format.*

*En l'espèce l'argument qui consisterait à soutenir que les différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne serait recevable. En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences, l'objet publicitaire de ces mobiliers répond aux exigences imposées à tous les publicitaires : ils ne peuvent donc qu'être soumis à la même réglementation, **a matériel identique, traitement règlementaire identique.***

2) **En zone ZP2**, la publicité sur le domaine privé est limitée à 4.7 m<sup>2</sup> alors que la publicité apposée sur les mobiliers urbains est autorisée jusqu'au format 8 m<sup>2</sup>. La protection du cadre de vie ne peut justifier cette différence de traitement.

*Le SNPE suggère que la publicité soit réintroduite sur le domaine privé de la ZP2 jusqu'au format 10,50 m<sup>2</sup> (8 m<sup>2</sup> d'affiche) afin de préserver la parité de traitement entre le domaine public (mobilier urbain publicitaire) et le domaine privé.*

*En conclusion, le SNPE demande :*

3) *Le respect de la parité de traitement entre le domaine public et le domaine privé.*

4) *La réintroduction de la publicité sur le domaine privé au format 10,50 m<sup>2</sup>.*

3) *Qu'un seul dispositif, qu'il soit mural ou scellé au sol soit admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 30 m.*

4) *Qu'un dispositif supplémentaire, qu'il soit mural ou scellé au sol, soit admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 100 m. Une distance minimum de 50 m serait à respecter entre ces deux dispositifs. »*



### **Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

1) Le développement des activités économiques et du commerce constitue un axe prioritaire dans la politique menée par l'AdC et la Ville de Cholet. Les élus doivent toutefois répondre à l'ensemble des autres enjeux. C'est pourquoi l'élaboration du RLPi vise à trouver un juste équilibre entre, d'un côté les objectifs économiques et les besoins de communication, de l'autre les objectifs du Code de l'environnement tels que la préservation des paysages et du cadre de vie ou encore la limitation de la pollution lumineuse. Ainsi, différentes zones caractérisées par des dispositions plus ou moins restrictives mailleront le territoire. Les secteurs résidentiels auront par exemple des règles plus contraintes que les zones d'activités ou commerciales.

Le juge administratif considère de manière constante que l'article L.581-14 du Code de l'environnement donne aux auteurs du RLP un large pouvoir de réglementation lui permettant d'interdire dans des zones toute publicité ou certaines catégories de publicité en fonction des procédés ou des dispositifs utilisés. Le principe d'égalité ne s'oppose pas à ce que l'autorité investie du pouvoir réglementaire règle de façon différente des situations différentes, ni à ce qu'elle déroge à l'égalité pour des raisons d'intérêt général, pourvu que, dans l'un comme dans l'autre cas, la différence de traitement qui en résulte soit en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit. Le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés (CAA Nancy, 19 oct. 2021, n°19NC02575).

La définition de la publicité est fixée par le Code de l'environnement et les différents supports sont ensuite traités dans la partie réglementaire. Dans le projet de RLPi, le mobilier urbain fait l'objet d'un traitement particulier en tant que catégorie spécifique de dispositif publicitaire, comme le sont par exemple les publicités scellées au sol ou murales. Une différence de traitement au niveau national est, d'ailleurs, à souligner. Par exemple, le Code de l'environnement ne fixe pas de règles de densité pour le mobilier urbain supportant de la publicité. En outre, les collectivités ont la maîtrise de ce qui peut s'implanter sur le domaine public.

2) La zone P2 de Cholet correspond aux principaux secteurs résidentiels de la ville. Ces lieux doivent faire l'objet d'une vigilance particulière, afin d'y préserver le cadre de vie des résidents. Alors que plusieurs partenaires de l'AdC ont milité pour une interdiction totale de la publicité dans les zones résidentielles, les élus de Cholet ont cependant souhaité maintenir la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires dans la zone P2, avec néanmoins des dispositions plus contraignantes au niveau du format.

3) Cf. 1)

4) Cf. 2)

5) Cette disposition est déjà prévue dans le projet de RLPi arrêté le 17 janvier 2022.

6) L'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier les articles P.1.2 et P.2.2, afin de réduire l'interdistance de 100 à 50 m entre les panneaux sur une unité foncière dont la façade sur voie est supérieure à 100 m.

### **Avis du Commissaire Enquêteur**

Le Commissaire Enquêteur note que les réponses apportées font bien appel aux règlements qui régissent l'établissement du RLPi.

Néanmoins, lorsqu'elles semblent utiles, des adaptations ont été retenus possibles (4<sup>ème</sup> question du SNPE).

Organisme	UPE
<b>Observations/réserves n°6</b>	
<p><u>1) Hauteur des dispositifs :</u> Demande de tenir compte de la jurisprudence TA Paris, 13 juin 1996, n° 9104163/7 qui précise que la hauteur maximale des publicités scellées au sol doit être appréciée par rapport au sol à l'aplomb des panneaux et non pas par rapport au niveau d'une voie située à proximité comme écrit à l'article P.F.</p> <p><u>2) Horaires d'extinction :</u> Demande une précision dans la définition de l'article P.1 du règlement, jugeant contraires ces dispositions au jugement de la Cour Administrative d'Appel (CAA) de Paris, 30 juillet 2019, n° 17PA23182 ainsi que la suppression de ces dispositions.</p> <p><u>3) Densité ZP1 et ZP2 :</u> Demande que le linéaire de façade, objet des articles P.1.2 et P.2.2, soit fixé à 20 mètres, dans les zones précitées, pour l'implantation d'un dispositif mural ou scellé au sol. Demande, conformément au jugement n° 17PA23182, rendu par la CAA de Paris le 30 juillet 2019, la suppression de toute règle d'interdistance.</p> <p><u>4) Domaine ferroviaire en gare :</u> Pour l'article P2.9, demande que cet article soit complété par un format de 2 m<sup>2</sup> pour les dispositifs publicitaires numériques sur les quais et parvis de gare.</p> <p><u>5) Domaine ferroviaire hors gare :</u> Demande l'aménagement de l'article P.2.9, préconisant un format de 10.50 m<sup>2</sup>, encadrement compris.</p> <p><u>6) Enseignes numériques :</u> L'UPE considère illégales les dispositions prises dans les articles E.1.6, E.2.6, E.3.6, E.5.6 et E.4.6, soutenant que « une interdiction expresse ou déguisée contenue dans un RLPi serait nécessairement censurée par le juge administratif. Elle considère que le public n'a pas été « en mesure de faire valoir utilement ses observations pendant la concertation » et conclut par la demande de » la suppression des dispositions citées ci-dessus et de circonscrire le champ d'application de ces règles aux seules enseignes situées à l'extérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial. Lexique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>7) Agglomération :</u> L'UPE demande d'intégrer la définition de l'agglomération par le Conseil d'Etat.</li> <li>- <u>8) Clôture aveugle :</u> L'UPE demande de modifier la définition des « clôtures aveugles ».</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
<p>1) La hauteur des dispositifs est un sujet qui a suscité de nombreux échanges lors de la phase de concertation avec le public. L'article P.F a ainsi été modifié pour répondre aux réserves énoncées par les entreprises d'affichage, tout en préservant la qualité du paysage urbain. La hauteur maximale des dispositifs par rapport à la chaussée a alors été fixée à 9 m.</p> <p>2) La signalétique lumineuse est régie par les articles R. 581-34 et R.581-59 du Code de l'environnement, qui disposent que ces dispositifs doivent respecter des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en</p>	

candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt. Cet arrêté n'a toutefois, pour le moment, pas été publié.

3) L'interdiction de la publicité sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur ou égal à 30 mètres est déjà présente dans le RLP de Cholet, approuvé en 2008. La zone P1, qui correspond aux principales zones d'activités ou commerciales et aux principaux équipements sportifs ou culturels, est composée d'unités foncières ayant, en grande majorité, des linéaires de façade supérieurs à 30 m, et est donc peu impactée. Cette règle de densité a encore plus de sens dans la zone P2, qui équivaut aux principales zones résidentielles, où l'autorisation d'installer de la publicité a fait l'objet de nombreuses réserves lors de la concertation.

En empêchant l'installation de dispositifs côte à côte, la collectivité préserve ainsi la qualité de vie des habitants. Toutefois, l'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier les articles P.1.2 et P.2.2, afin de réduire l'interdistance de 100 m à 50 m entre les panneaux sur une unité foncière dont la façade sur voie est supérieure à 100 m.

4) L'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier le règlement pour que les quais de la gare puissent accueillir de la publicité numérique, sous réserve de respecter les dispositions de l'article P.2.9 relatives à la publicité sur le domaine ferroviaire.

5) Bien que le domaine ferroviaire bénéficie d'un statut particulier, les dispositifs publicitaires qu'il accueille doivent se conformer tant que possible aux dispositions des zones qu'il traverse.

6) Concernant les enseignes numériques, la remarque est erronée car la rédaction actuelle ne comprend pas d'interdiction générale et absolue. Pour rappel, l'AdC a choisi de réintroduire la signalétique numérique dans le SPR.

Au sujet des écrans numériques, l'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier l'article E.4.6, afin de les autoriser à l'intérieur des vitrines sous réserve de contraintes de surfaces.

Enfin, concernant le supposé manque d'information du public et de concertation avec les parties prenantes, l'AdC rappelle qu'elle a organisé, respectivement en juillet et décembre 2021, deux réunions publiques, deux réunions avec les professionnels de la publicité, deux réunions avec les commerçants et artisans, ainsi que deux réunions avec les associations environnementales et patrimoniales. De même, le site internet de l'AdC, ainsi que les dossiers présents dans les 26 mairies du territoire communautaire ont été alimentés tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi.

7) L'AdC conservera la définition actuelle de l'agglomération issue du Code de la route. Naturellement, lors de l'instruction, si des plaques étaient situées au sein d'une continuité bâtie, les arrêtés de limites d'agglomération seraient modifiés en conséquence.

8) L'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier la définition de la clôture aveugle en reprenant celle donnée par l'instruction du Gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des préenseignes : "*clôture effectuée en murs « pleins », en maçonnerie, en bois ou matériaux opaques. Ne comprend pas les clôtures ajourées, à claire-voie, grillagées ou végétales*".

### **Avis du Commissaire Enquêteur**

Le Commissaire Enquêteur note que les réponses apportées font bien appel aux règlements qui régissent l'établissement du RLPi.

Néanmoins, lorsqu'elles semblent utiles, des adaptations ont été retenus possibles.

<b>Organisme</b>	JCDECAUX
<b>Observations/réserves n°7</b>	
<p>JCDECAUX apporte des précisions quant à l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public et demande la modification de l'article « P.I : Horaires d'extinction » comme suit :</p> <p>Suppression de « <b>y compris celles supportées par le mobilier urbain</b> » et de ... « <b>abris-voyageurs qui doivent</b> » ....</p>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
<p>Les élus de l'AdC sont pleinement investis dans la lutte contre la pollution lumineuse, tant pour des questions d'économies d'énergie que de préservation de la biodiversité nocturne. La collectivité a ainsi engagé une gestion plus vertueuse de son éclairage public. Il serait ainsi incohérent d'autoriser la publicité lumineuse durant les horaires d'extinction de l'éclairage public. C'est pourquoi, la proposition d'allonger la plage d'extinction de la publicité et des enseignes de 22 heures à 7 heures a été approuvée à l'unanimité des communes de l'AdC.</p> <p>Dans un souci d'équité, les élus ont voulu que cette disposition soit appliquée à l'ensemble des dispositifs lumineux, y compris ceux installés sur mobilier urbain, comme le prévoit l'article 3 du projet de décret portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement. Cependant, la continuité du service public devant être préservée, la publicité sur mobilier urbain affectée aux transports pourra donc être éclairée pendant les horaires d'ouverture du service.</p>	
<b>Avis du Commissaire Enquêteur</b>	
<p>Le Commissaire Enquêteur rejoint la position de l'AdC et la restriction de la pollution lumineuse doit être menée de façon permanente. Une attention toute particulière pour les affichages lumineux de nuit devrait être apportée.</p>	

#### 4.1.4 Observations du Commissaire Enquêteur

<b>Question du Commissaire Enquêteur</b>
<p><i>En matière de police, un inventaire de la légalité des dispositifs a été réalisé :</i></p> <p><i>Sur 366 publicités installées sur le domaine privé, hors mobilier urbain, 155 ont été reconnues illégales, 112 sur 143 hors Cholet et 44 sur 193 à Cholet</i></p> <p><i>Des délais de 2 ans pour la publicité et 6 ans pour les enseignes ont été retenus pour la mise en conformité de ces dispositifs.</i></p> <p><b>Comment, avec quels moyens (amendes, enlèvement, ?) comptez-vous parvenir à la régularisation des dispositifs ?</b></p>
<b>Position de AdC</b>
<p>Pendant ces délais, des discussions, des courriers et des échanges à l'amiable sont envisagés, avant d'aller, les échéances passées, vers des mesures plus coercitives prévues par le Code de l'environnement (cf. amendes et astreintes évoquées en 5.2).</p>

<b>Avis du Commissaire Enquêteur</b>
La réponse apportée par l'AdC est satisfaisante, les mesures envisagées faisant appel à une gradation qui permettra aux usagers de s'adapter.
<b>Question du Commissaire Enquêteur</b>
<i>L'affichage disparate en bord de route doit disparaître.</i> <b>Quel dispositif de remplacement envisagez-vous mettre en œuvre quand l'impact économique pour le commerce de proximité sera lourdement impacté ?</b>
<b>Position de AdC</b>
L'interdiction des panneaux en bord de route, hors agglomération, touche les dispositifs publicitaires et les préenseignes (article L.581-7 du Code de l'environnement). Les enseignes sur le lieu de l'activité et les préenseignes dérogatoires signalant les activités énumérées par l'article L.581-19 du Code de l'environnement sont autorisées. En outre, la Signalisation d'Information Locale (SIL), mode de signalisation régi par le Code de la route, permet de guider l'usager de la route vers les services et équipements, lorsque la présignalisation est proscrite par la Code de l'environnement. Peut aussi être utilisé le Relais d'Information Service (RIS), équipement de signalisation routière d'indication implanté sur un lieu du domaine public, qui offre la possibilité de stationnement. Il se compose d'une carte localisant les informations relatives à un territoire (équipements, activités, services, etc.). Pour ne pas être en infraction au titre de la réglementation sur la publicité, les informations commerciales qu'il peut comporter doivent être strictement informatives, gratuites et exhaustives.
<b>Avis du Commissaire Enquêteur</b>
Si la réponse de l'AdC correspond aux textes en vigueur, elle ne correspond pas aux impacts économiques de la mesure de suppression des affichages en bord de route pour le commerce de proximité. Il pourrait être étudié une réglementation particulière définissant un format unique, un graphisme unique, une distance à la route...
<b>Question du Commissaire Enquêteur</b>
Le linéaire de 30 mètres semble poser un problème économique aux professionnels de l'affichage. <b>Comptez-vous adapter cette disposition en fonction des enjeux économiques quand ceux-ci sont manifestes ?</b>
<b>Position de AdC</b>
L'interdiction de la publicité sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur ou égal à 30 mètres ne concerne que les zones P1 et P2 sur le territoire de Cholet. Cette disposition est déjà présente dans le RLP actuel. Il ne devrait donc pas y avoir de démontage de panneaux à prévoir. La zone P1, qui correspond aux principales zones d'activités ou commerciales et aux principaux équipements sportifs ou culturels, est composée d'unités foncières ayant, en grande majorité des linéaires de façade supérieur à 30 m et est donc peu impactée. Dans la zone P2, qui équivaut aux principales zones résidentielles, l'autorisation d'installer de la publicité a fait l'objet de nombreuses

réserve lors de la concertation. C'est pourquoi cette disposition a tout son sens pour réduire la densité dans ce secteur particulièrement sensible et composé généralement de petites unités foncières.

### **Avis du Commissaire Enquêteur**

Si la réponse de l'AdC correspond aux textes en vigueur elle n'apporte pas d'ouverture vers une négociation possible au cas par cas contrairement à la réponse apportée à la question de M. COTTENCEAU, observation n°3, ci-avant.

### **Avis du Commissaire Enquêteur**

Je me suis appuyée sur le dossier d'enquête, les observations du public, les avis émis par les PPA et les PPC les défenseurs de l'environnement et les professionnels de la publicité pour me forger mon opinion.

Lors de la visite du territoire, j'ai pu constater les types de support de publicité, d'enseignes et de préenseignes de tous genres présents. J'ai pu apprécier la diversité du problème mais aussi un respect global des règles avec des infractions à la marge en termes d'importance, même si le nombre en reste élevé.

A l'issue du diagnostic réalisé au 1<sup>er</sup> trimestre de 2021, le projet a proposé :

*Pour l'agglomération du Choletais, 8 orientations :*

- Encadrer les dispositifs aux entrées des villes
- Augmenter les horaires d'extinction des dispositifs
- Limiter la densité des publicités et préenseignes
- Harmoniser le format des préenseignes dérogatoires
- Encadrer les enseignes perpendiculaires
- Règlement les enseignes temporaires
- Harmoniser les enseignes scellées au sol
- Encadrer les enseignes numériques

*Pour la ville de CHOLET, 8 orientations :*

- Interdire les dispositifs multiples sur un même emplacement
- Améliorer l'esthétisme des dispositifs
- Règlementer la hauteur des panneaux par rapport à la chaussée
- Règlementer les dispositifs dans les zones résidentielles
- Réduire le format des dispositifs
- Encadrer les publicités et préenseignes numériques
- Règlementer les enseignes de toiture
- Limiter le nombre d'enseignes scellées au sol de moins de 1 m<sup>2</sup>

Ces orientations ont pour but de rechercher à lutter contre la pollution visuelle, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel.

L'AdC veut maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de son territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

### **Avis du commissaire enquêteur**

*Les orientations retenues justifient le découpage par zones et les prescriptions retenues. Elles permettent de maintenir et de valoriser l'identité paysagère et patrimoniale, améliorer la*

*connaissance du patrimoine tout en veillant à sa protection ainsi qu'à celle du public en maîtrisant notamment les éclairages publicitaires nocturnes.*

*Malgré des contraintes nouvelles, elles permettent néanmoins d'assurer l'attractivité économique du territoire.*

*Je considère donc que les zones de publicité retenues (ZP1 à ZP7 pour la publicité et E1 à E5 pour les enseignes), où les modalités d'autorisation, de qualité, d'implantation et de positionnement des différents dispositifs d'affichage pourront être maîtrisés, correspondent bien aux enjeux du territoire.*

*La gradation des mesures prévues pour la mise en conformité du dispositif me semble bien proportionnée au besoin de délais pour l'adaptation à ces mesures.*

*En revanche je n'ai pas ressenti de position arrêtée quand au traitement du problème des préenseignes commerciales en bord de route en campagne.*

*J'invite l'AdC à une réflexion complémentaire sur le sujet afin de ne pas priver le commerce de proximité de revenus complémentaires, je prends pour exemple la vente à la ferme.*

## V Conclusions et avis motivés du Commissaire Enquêteur

Le RLPi, document d'urbanisme réglementaire régit les possibilités d'implantation et d'usage de la publicité dans une démarche de valorisation de l'AdC. Le RLPi, objet de l'enquête publique s'inscrit bien dans le cadre de la planification de l'AdC.

S'il nécessite une réflexion sur les préenseignes de bord de route qui n'en modifiera pas l'économie générale, je considère que le RLPi de l'AdC parvient à concilier la liberté d'expression, l'exercice de l'activité économique et commerciale avec l'affichage publicitaire et les préoccupations environnementales malgré le manque d'expression des citoyens à ce sujet.

Les enjeux du territoire ont été clairement présentés et détaillés, les objectifs bien définis et transcrits dans le zonage et le règlement, et je considère donc que le projet de RLPi de l'AdC, construit à partir du RNP de Cholet, permettra de favoriser la mise en valeur du paysage, confortera la richesse de son patrimoine bâti et luttera contre la pollution visuelle, tout en tenant compte des nécessités économiques et des évolutions urbaines du territoire auquel il s'applique.

### **AUSSI :**

#### **Compte tenu :**

- du rapport que j'ai établi,
- des conclusions que j'ai développées ci-dessus,
- du dossier d'enquête complet et conforme à la réglementation,
- des réponses apportées par l'AdC dans le mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse du commissaire enquêteur,
- des engagements de la collectivité suite aux avis des personnes publiques associées,

#### **Et tenant compte :**

- de la visite effectuée sur le terrain,
- du dossier d'enquête complet,
- de la bonne information du public,
- du déroulement de l'enquête,
- des échanges avec les élus locaux,
- des avis des Personnes Publiques Associées et des communes,

J'émetts **UN AVIS FAVORABLE** au projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de l'agglomération de Cholet.

Fait à Mûrs-Erigné le 16 juin 2022

Le commissaire enquêteur,  
Raymond LEFEVRE

*(Signature)*  
**Décision TA Nantes E22000013 / 49**  
**Règlement local de publicité intercommunal**  
**EP du vendredi 22 avril 2022 au mercredi 25 mai 2022**



	Le May-sur-Èvre	25/01	24/03	Favorable
	Mazières-en-Mauges	25/01	04/02	Favorable
	Montilliers	25/01	09/02	Favorable
	Nuillé	25/01	20/03	Favorable
	Passavant-sur-Layon	25/01	23/03	Favorable
	La Plaine	25/01	28/02	Favorable
	La Romagne	25/01	25/02	Favorable
	Saint-Christophe-du-Bois	25/01	14/03	Favorable
	Saint-Léger-sous-Cholet	25/01	18/02	Favorable
	Saint-Paul-du-Bois	25/01	16/02	Favorable
	La Séguinière	25/01	14/02	Favorable
	Somloire	25/01	04/02	Favorable
	La Tessoualle	25/01	01/02	Favorable
	Toutlemonde	25/01	16/02	Favorable
	Trémentines	25/01	09/02	Favorable
	Vezins	25/01	16/02	Favorable
	Yzernay	25/01	14/03	Favorable
	État	20/01	15/04	Favorable avec recommandations
	ARS	20/01		
	Région	20/01		
PPA	Collectivités	20/01	30/03	Favorable
	Département	20/01	25/04	Favorable
Chambres consulaires	CA	20/01	18/03	Favorable avec réserves
	CCI	20/01	25/04	Favorable
	CMA	20/01		
	SNCF	21/01		
PPC	CdC du Thouarsais	20/01		
	Beaupréau-en-Mauges	20/01		
	Chemillé-en-Anjou	20/01		
	Sèvremoine	20/01		
	Mortagne-sur-Sèvre	20/01		

Autres	/	CDNPS	21/01	11/03	Favorable avec 10 voix pour, 1 abstention et 2 voix contre (dont 1 pouvoir) Les observations « contre » ont été formulées par l'architecte des bâtiments de France.
--------	---	-------	-------	-------	--

*Décision TA Nantes E22000013 / 49  
Règlement local de publicité intercommunal  
EP du vendredi 22 avril 2022 au mercredi 25 mai 2022*

Sur les 40 communes, PPA et PPC consultées, 26 ont répondu favorablement sans réserve, 4 favorablement avec réserves ou observations et 10 ont donné un avis réputé favorable par absence de réponse ou réponses tardives, soit 40 avis favorables sur 40 dont 4 avec réserves ou observations.

Les observations et réserves émises ont été répertoriées par le Commissaire Enquêteur dans le procès verbal de synthèse auquel le maître d'ouvrage a répondu dans son mémoire en réponse.

## **IV – Organisation générale de l'enquête**

### **4.1 Démarches préalables**

Dès réception de sa désignation, le commissaire enquêteur a pris contact avec l'AdC, en la personne de monsieur Alexis RICHARD, Chef de projet SCoT/RLPi. Il s'est déplacé le lundi 7 mars 2022, au siège de l'AdC, pour le rencontrer en présence de M. Fabrice MAITRE, instructeur publicité et co-pilote du projet de RLPi et de M. Jean-Paul BREGEON, 1<sup>er</sup> adjoint en charge de l'urbanisme.

Après une complète présentation du projet les modalités de l'enquête ont été définies et le calendrier de la visite sur les lieux, du paraphe des dossiers, des parutions, des affichages, des permanences, de la récupération des registres et des certificats d'affichage, de la remise du PVS, de la diffusion du Mémoire en réponse et de la présentation du rapport et des conclusions ont été déterminées.

La tenue de 5 permanences sur 4 lieux a été retenue.

### **4.2 Visite sur les lieux**

Lors de la réunion du lundi 7 mars 2022, nous sommes convenus de la visite, en une demi-journée, des 4 parties du territoire les plus représentatives du besoin de réglementation de la publicité.

Les lieux retenus ont été :

- la ville de CHOLET : la trame viaire (4 voies Cholet-Bressuire, 4 voies Cholet-Beaupréau, 4 voies/3 voies Cholet-Saumur)
- le bocage autour d'Yzernay
- la forêt à Chanteloup-les-Bois
- la viticulture autour des Cerqueux-sous-Passavant et Trémont
- les zones commerciales à Cholet et Vihiers
- le centre ville de Vihiers
- la trame viaire (4 voies Cholet-Bressuire, 4 voies Cholet-Beaupréau, 4 voies/3 voies Cholet-Saumur)
- échange avec des élus de Lys-Haut-Layon

Cette visite s'est déroulée le vendredi 1<sup>er</sup> avril 2022. Elle a été pilotée par M. Alexis RICHARD, accompagné de Jean-Paul BREGEON, premier adjoint au Maire de Cholet et Vice-Président de l'AdC en charge du RLPi, Géraldine VERNERET, Directrice de l'aménagement à l'AdC et de Fabrice MAITRE, Instructeur publicité et enseignes à la Ville de Cholet.

Nous avons parcouru un paysage de bocage, de petites prairies avec quelques zones commerciales, industrielles ou artisanales sur l'ensemble de l'agglomération, la concentration industrielle étant située autour de Cholet déjà régie par un RLP.

Au cours de ce périple nous avons pu échanger, à la mairie de Lys-Haut-Layon, avec M. Médéric THOMAS, Maire de Lys-Haut-Layon, Mme Marie-Françoise JUHEL, Maire déléguée de Vihiers, M. Patrick TAVENEAU, Maire délégué de Tigné et Mme Pauline AMORIM, Responsable du service urbanisme et affaires foncières à Lys-Haut-Layon. Nous avons pu aborder l'aspect pratique de la future mise aux normes dans la commune et d'une façon générale pour l'agglomération dans les 2 à 6 ans prévus au projet.

**Remarque du Commissaire Enquêteur**

*La maîtrise des règles nationale de la publicité semblent globalement respectées sans énormes débordements.*

*Néanmoins le nombre d'ajustement à la marge me semble important et va nécessiter un long travail d'inspection et de recommandations pour un respect des règles prévues dans le projet.*

## **4.3 Publicité de l'enquête**

### **4.3.1 Par voie d'affichage**

L'arrêté et l'avis d'enquêtes a été affiché quinze jours avant l'ouverture de l'enquête RLPi dans les panneaux municipaux réservés à cet effet à l'Hôtel d'agglomération, dans les 26 communes de l'AdC et des mairies déléguées (total de 35 communes).

L'AdC a aussi procédé à l'implantation de panneaux en des lieux plus stratégiques, bien visibles de la voie publique, conformément aux dispositions de l'article R123-11 du code de l'environnement, sur lesquels figurait l'avis d'enquête sur fond de couleur jaune, en format A2.

La localisation des panneaux d'affichage a fait l'objet d'un reportage photo qui a été communiqué au Commissaire Enquêteur.

### **4.3.2 Par voie de presse (dont les annonces légales)**

La publicité officielle de l'enquête a été effectuée dans les délais légaux par insertion dans les journaux régionaux, en rubrique des annonces légales :

- le 1er avis est paru le 5 avril 2022 dans Ouest France Maine et Loire, le Courrier de l'Ouest
- le 2ème avis est paru le 26 avril 2022 dans Ouest France Maine et Loire et le Courrier de l'Ouest
- des articles sont également parus dans le mensuel de la Ville de Cholet (Cholet Mag) en mai et dans l'hebdo de l'AdC (Synergences) les 13 avril et 4 mai

### **4.3.3 Par internet**

Le public a aussi eu la possibilité de s'informer sur le dossier sur les conditions d'ouverture et de déroulement de l'enquête publique mises en ligne sur le site de l'AdC à l'adresse suivante [https://www.cholet.fr/chaines/dossier\\_667\\_reglement+local+publicite+intercommunal.html](https://www.cholet.fr/chaines/dossier_667_reglement+local+publicite+intercommunal.html) et par courriel avec [rlpi@choletagglomeration.fr](mailto:rlpi@choletagglomeration.fr).

### **4.3.4 Par d'autres supports d'information**

L'information est parue dans les panneaux numériques des communes en disposant, les applications intramuros, les réseaux sociaux.

Un tableau récapitulatif des mesures complémentaires de publicité se trouve en annexe 5.

### Remarque du Commissaire Enquêteur

Le commissaire enquêteur signale que tous les affichages de l'avis d'enquête apposé en ces différents lieux sont restés en place durant toute la durée de la procédure. Il en a effectué la vérification à plusieurs reprises à l'occasion de la tenue de ses permanences.

Il a jugé globalement satisfaisante l'information du public et a constaté qu'elle avait bien été réalisée dans les formes prévues par les textes réglementaires.

Le Commissaire Enquêteur joint en annexe un tableau récapitulatif des mesures complémentaires de publicité par communes.

## V – Déroulement et clôture de l'enquête

### 5.1 Organisation et tenue des permanences

Quatre registres d'enquête, côtés, paraphés et ouverts par le Commissaire Enquêteur, ont été mis à la disposition du public dans les communes de Yernais, de Lys-Haut-Layon et Vezein où se sont tenus les permanences ainsi qu'au siège de l'AdC à Cholet où se sont tenues les permanences d'ouverture et de clôture de l'enquête publique.

Le public a eu la possibilité de formuler ses observations, soit en les consignant sur les registres à feuillets non mobiles numérotés, soit en les adressant par écrit au commissaire enquêteur au siège de l'enquête, au siège de l'AdC ou par voie électronique à l'adresse dédiée suivante : [rpi@choletagglomeration.fr](mailto:rpi@choletagglomeration.fr) pour être annexées au registre d'enquête.

En application de l'arrêté intercommunal portant organisation de l'enquêtes, le commissaire enquêteur s'est tenu à la disposition du public en assurant 5 permanences :

- Le vendredi 22 avril 2022 de 9 h00 à 12h00 à Cholet (ouverture de l'enquête)
- Le lundi 2 mai 2022 de 9h00 à 12h00 à Yernais
- Le mardi 10 mai 2022 de 9h00 à 12h00 à Lys-Haut-Layon
- Le vendredi 20 mai de 14h00 à 17h00 à Vezein
- Le mercredi 25 mai 2021 de 14h00 à 17h00 à Cholet (clôture de l'enquête).

Liste des permanences  
des Mairies de l'Agglomération du Choletais



Les permanences se sont déroulées dans des conditions matérielles satisfaisantes, les salles mises à disposition pour recevoir le public étaient suffisamment spacieuses pour permettre la consultation des documents qui composaient le dossier d'enquête.

En dehors des permanences du commissaire enquêteur, les dossiers d'enquête étaient consultables à l'accueil des mairies qui, au final, ont été très peu sollicitées.

Durant ses permanences, le commissaire enquêteur a pu s'entretenir avec plusieurs maires des communes. Il remercie le personnel communal pour son accueil et sa disponibilité.

#### **Remarque du Commissaire Enquêteur**

*Si ce projet a suscité de l'intérêt pour les professionnels lors des présentations et consultations préalables à l'enquête publique, on peut regretter que cela n'ait pas été le cas ensuite pour les habitants, l'impact sur l'environnement des publicités n'étant pourtant pas innocent.*

### **5.2 Le climat général de l'enquête et le public rencontré durant les permanences**

L'enquête publique s'est déroulée dans un bon climat de part l'accueil des personnels de mairie.

L'absence quasi-totale de participation du public laisse supposer que l'information et le dialogue préalable ont pu répondre aux interrogations de celui-ci et que les dispositions à venir conviennent aux personnes concernées.

### **5.3 Clôture de l'enquête**

L'enquête s'est terminée le mercredi 25 mai 2022, le commissaire enquêteur ayant tenu sa dernière permanence de 14h00 à 17h00 à l'Hôtel d'Agglomération, siège de l'enquête. Le registre a été clos et emporté par le commissaire enquêteur ce même jour. Les autres registres déposés dans les 3 communes ont été collectés puis remis au commissaire enquêteur le vendredi 27 mai 2022 en fin de matinée. De même le Commissaire Enquêteur a réceptionné et pris connaissance des 26 certificats d'affichage communiqués par l'AdC qui les a collectés. Les communes concernées sont : Bégrolles-en-Mauges, Cernusson, Chanteloup-les-Bois, Cholet, Cléré-sur-Layon, Coron, La Plaine, La Romagne, La Séguinière, La Tessoualle, Le May-sur-Èvre, Les Cerqueux, Lys-Haut-Layon, Maulévrier, Mazières-en-Mauges, Montilliers, Nuillé, Passavant-sur-Layon, Saint-Christophe-du-Bois, Saint-Léger-sous-Cholet, Saint-Paul-du-Bois, Somloire, Toutlemonde, Trémentines, Vezins, Yzernay.

Les habitants ne se sont pas mobilisés pour cette enquête malgré la concertation préalable organisée par l'AdC et une information fournie mise en place en amont et pendant toute la durée de l'enquête publique par l'AdC.

3 observations ont été portées sur les registres réservés à l'objet de l'enquête. Il a été répondu au questionnement des requérants.

### **5.4 Les observations recueillies**

Les observations sont au nombre de 8 au total.

Aucun thème ne se détache et, selon qu'il s'agisse du public, d'intérêt commercial de particulier, d'organisme professionnel ou d'organisme de défense de l'environnement les attentes ont été très sectorisées.

Elles sont reproduites ci-après.

### Observations par commune

COMMUNES CONCERNEES	NOMBRE D'OBSERVATIONS
Cholet (ouverture d'enquête)	4
Yzernais	1
Lys-Haut-Layon	2
Veziins	0
Cholet (clôture de l'enquête)	1

### Observations par type de dépôt

DEPOT	CODE	NOMBRE D'OBSERVATIONS
Courrier	C	1(+1 doublon)
E-mail	M	4
Registre en mairies	ReM	3

### Liste des observations du public et d'organismes

Date de dépôt	N° observations	Type de dépôt	Commune de dépôt	Nom	Prénom	Adresse
2/05/2022	1	ReM	Yzernais	BODY	Mathieu	17 rue de La Planchette – 49360 YZERNAIS
<b>Observation</b>						
<i>« Pas de remarques particulières, simples renseignements au sujet d'affichages publicitaires pour notre magasin à la ferme ».</i>						
9/05/2022	2	M	Site dédié	La Sauvegarde de l'Anjou		
<b>Observation</b>						
<p><i>Hormis le constat qu'un grand nombre d'observations a été pris en compte, La Sauvegarde de l'Anjou, pour le territoire hors Cholet :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>regrette que la publicité murale soit permise au sein de secteurs résidentiels</i></li> <li>- <i>en termes d'enseigne, le zonage proposé nous paraît pas à même de tenir compte des enjeux patrimoniaux des communes concernées et cette absence d'encadrement renforcé dans ces secteurs patrimoniaux aboutit à autoriser des enseignes de dimensions totalement disproportionnées. À noter que les enseignes numériques y sont également autorisés. Situation pour La Sauvegarde de l'Anjou inacceptable et qui rend</i></li> </ul>						

*nécessaire une extension de la zone de protection renforcée (enseigne) pour inclure les secteurs patrimoniaux abusivement exclus dans le projet présenté en enquête publique. Un tel **redécoupage constitue une réserve** qui conditionne notre avis favorable à ce document.*

*Pour le territoire de Cholet :*

- *demande la suppression de la possibilité d'implantation de publicité scellées au sol*
- *les dispositifs de mobilier urbain de 8m2 sont d'une dimension trop importante*
- ***l'avis favorable sur la publicité** est conditionné au retrait de la possibilité de dispositifs de publicité numérique au sein du site patrimonial remarquable*
- *pour les enseignes, La Sauvegarde demande de limiter les dispositifs scellés au sol à 1 enseigne par établissement*
- ***l'avis favorable sur les enseignes** est conditionné au retrait de la possibilité de dispositifs de publicité numérique au sein du site patrimonial remarquable*

*En conclusion, avis favorable sous réserve de :*

- *l'inclusion dans la zone de protection renforcée (enseignes) de l'ensemble des secteurs patrimoniaux inventoriés à la page 23 du rapport de présentation*
- *la suppression de la possibilité d'implantation de publicités numériques et enseignes numériques au sein du secteur patrimonial remarquable de Cholet.*

10/05/2022	3	ReM	Lys-Haut-Layon	COTTENCEAU	André	5 imp. de La Bamette St Hilaire du Bois 49310 LYS-HAUT-LAYON
------------	---	-----	----------------	------------	-------	--

**Observation**

*« Lorsque le RLPi de l'AdC sera approuvé, comment comptez-vous faire respecter ce règlement ?*

- *Ceci concerne les panneaux publicitaires sauvages et la publicité lumineuse (éclairage permanent de nuit)*
- *En campagne, la signalisation de commerces, de Stés sera-t-elle maintenue et sous quelle forme ? »*

10/05/2022	4	ReM + C	Lys-Haut-Layon	Sté Affiouest M. ARNAUD	Gille	10 rue du Breil CS 98 101 35081 RENNES cedex9
------------	---	---------	----------------	----------------------------	-------	--

**Observation**

*Après un rappel de la réglementation en vigueur, de l'utilité des affichages, du respect de l'environnement dont elle fait preuve, Affiouest, « qui représente plus d'une centaine d'emploi dans la région », s'inquiète des conséquences des dispositions du projet de RLPi de l'AdC et propose :*

*« de remettre à plat l'implantation géographique des panneaux d'affichage et de réduire leur format en passant à un maximum de 8 m<sup>2</sup> d'affichage en zones d'activité et axes structurants. Elle propose de maintenir le format portatif de 4 m<sup>2</sup> en agglomération. Ces formats permettent de proposer un réseau efficace et respectueux dans le Choletais. Elle propose également d'améliorer la densité en ramenant le linéaire minimum à 20 M.»*



17/05/2022	5	M	Site dédié	SNPE PIOT	Vincent	251 Bvd Pereire – 75852 Paris cedex 17
<b>Observation</b>						
<p>Dans un mémoire de 5 pages, le SNPE rappelle ses observations et souhaits d'aménagement du RLPi, résumées ci-après, motivées par les pertes économiques et le risque d'atteinte à l'emploi.</p> <p>Il est résumé ci-après :</p> <p>«<i>Tel qu'il est rédigé, le RPI menace non seulement notre filière mais privera également les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières.</i></p> <p><i>Tel qu'il nous est présenté le projet de RLPi pays engendre une inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé, notamment en matière de format.</i></p> <p><i>En l'espèce l'argument qui consisterait à soutenir que les différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne serait recevable.</i></p> <p><i>En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences, l'objet publicitaire de ces mobiliers répond aux exigences imposées à tous les publicitaires : ils ne peuvent donc qu'être soumis à la même réglementation, <b>a matériel identique, traitement règlementaire identique.</b></i></p> <p><i>En zone ZP2, la publicité sur le domaine privé est limitée à 4.7 m<sup>2</sup> alors que la publicité apposée sur les mobiliers urbains est autorisée jusqu'au format 8 m<sup>2</sup>. La protection du cadre de vie ne peut justifier cette différence de traitement.</i></p> <p><i>Le SNPE suggère que la publicité soit réintroduite sur le domaine privé de la ZP2 jusqu'au format 10,50 m<sup>2</sup> (8 m<sup>2</sup> d'affiche) afin de préserver la parité de traitement entre le domaine public (mobilier urbain publicitaire) et le domaine privé.</i></p> <p><i>En conclusion, le SNPE demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le respect de la parité de traitement entre le domaine public et le domaine privé.</i></li> <li>- <i>La réintroduction de la publicité sur le domaine privé au format 10,50 m<sup>2</sup>.</i></li> <li>- <i>Qu'un seul dispositif, qu'il soit mural ou scellé au sol soit admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 30 m.</i></li> <li>- <i>Qu'un dispositif supplémentaire, qu'il soit mural ou scellé au sol, soit admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 100 m. Une distance minimum de 50 m serait à respecter entre ces deux dispositifs. »</i> </li></ul>						
18/05/2022	6	M	Site dédié	UPE DOTTELONDE	Stéphane	2 rue Ste Lucie, 75015 Paris
<b>Observation</b>						
<p><u>Hauteur des dispositifs :</u></p> <p><i>Demande de tenir compte de la jurisprudence TA Paris, 13 juin 1996, n° 9104163/7 qui précise que la hauteur maximale des publicités scellées au sol doit être appréciée par rapport au sol à l'aplomb des panneaux et non pas par rapport au niveau d'une voie située à proximité comme écrit à l'article PF.</i></p> <p><u>Horaires d'extinction :</u></p>						

*Demande une précision dans la définition de l'article P.1 du règlement, jugeant contraires ces dispositions au jugement de la Cour Administrative d'Appel (CAA) de Paris, 30 juillet 2019, n° 17PA23182 ainsi que la suppression de ces dispositions.*

Densité ZP1 et ZP2 :

*Demande que le linéaire de façade, objet des articles P.1.2 et P.2.2, soit fixé à 20 mètres, dans les zones précitées, pour l'implantation d'un dispositif mural ou scellé au sol.*

*Demande, conformément au jugement n° 17PA23182, rendu par la CAA de Paris le 30 juillet 2019, la suppression de toute règle d'interdistance.*

Domaine ferroviaire en gare :

*Pour l'article P2.9, demande que cet article soit complété par un format de 2 m<sup>2</sup> pour les dispositifs publicitaires numériques sur les quais et parvis de gare.*

Domaine ferroviaire hors gare :

*Demande l'aménagement de l'article P.2.9, préconisant un format de 10.50 m<sup>2</sup>, encadrement compris.*

Enseignes numériques :

*L'UPE considère illégales les dispositions prises dans les articles E.1.6, E.2.6, E.3.6, E.5.6 et E.4.6, soutenant que « une interdiction expresse ou déguisée contenue dans un RLPi serait nécessairement censurée par le juge administratif.*

*Elle considère que le public n'a pas été « en mesure de faire valoir utilement ses observations pendant la concertation » et conclut par la demande de » la suppression des dispositions citée ci-avant et de circonscrire le champ d'application de ces règles aux seules enseignes situées à l'extérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial.*

Lexique :

- Agglomération :

*L'UPE demande d'intégrer la définition de l'agglomération par le Conseil d'Etat.*

- Clôture aveugle :

*L'UPE demande de modifier la définition des « clôtures aveugles ».*

18/05/2022	7	M + C	Site dédié	JCDECAUX GOURDON	Valentin	17 rue Soyer, 92523 Neuilly- sur-Seine cedex
------------	---	-------	------------	---------------------	----------	--

**Observation**

*JCDECAUX apporte des précisions quant à l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public et demande la modification de l'article « P.1 : Horaires d'extinction » comme suit :  
Suppression de « y compris celles supportées par le mobilier urbain » et de ... « abris-voyageurs qui doivent »...*

25/05/2022	8	C	Cholet	Ville de Cholet		
<b>Observation</b>						
<p>Dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), la Ville de Cholet a constaté plusieurs anomalies dans le projet arrêté par le Conseil de Communauté de l'Agglomération du Choletais (AdC) en date du 17 janvier 2022.</p> <p>La première anomalie est liée à une incohérence entre le règlement écrit et le document graphique en matière de publicité. En effet, le règlement écrit définit une zone P4 sur la route de Maulévrier, alors que le document graphique fait empiéter son périmètre sur la rue de Lorraine. La Ville de Cholet demande donc de réduire le contour de ce secteur à la stricte route de Maulévrier.</p> <p>La deuxième anomalie est liée à l'interdiction de la publicité en zone P3, conformément à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement qui la proscriit dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR). Toutefois, ce même article en autorise la réintroduction dans le cadre d'un RLP(i). Dans un contexte où certains commerces de ce secteur disposent de façades à fort intérêt architectural et ne peuvent pas ou peu supporter des enseignes, la mise en place de préenseignes est une alternative pour renforcer leur signalisation, notamment dans le cadre de commerces enclavés dans le tissu urbain ou ayant besoin d'un jalonnement, comme les hôtels. La Ville de Cholet demande donc la réintroduction des préenseignes en zone P3, avec un format maximal de 1,50 m<sup>2</sup>.</p> <p>La troisième anomalie est liée à l'interdiction de la publicité sur façade en zone P3, dans un contexte où de nombreux commerces qui s'y trouvent supportent traditionnellement ce type de dispositifs (tabacs, presse, boulangerie, etc.). La Ville de Cholet demande donc de réintroduire la publicité de petit format dans ce secteur.</p> <p>La quatrième anomalie concerne l'installation d'enseignes à étage dans les zones E1 et E2, fortement contraintes par le projet de RLPi. Afin de permettre aux commerçants de signaler leurs activités à l'étage de la même façon qu'au rez-de-chaussée, la Ville de Cholet demande à ce que les dispositions relatives à l'implantation d'enseignes sur façades soient les mêmes en zones E1 et E2 sur l'ensemble de l'immeuble.</p> <p>La cinquième anomalie concerne l'autorisation des enseignes numériques sur façade en zone E2. Afin de limiter leur impact et de préserver ainsi le patrimoine, la Ville de Cholet demande d'en restreindre la diffusion à des messages image par image.</p> <p>La sixième anomalie est liée aux agences immobilières, qui signalent leur opération de vente ou de location en apposant des panneaux. Bien que cette signalétique soit provisoire, ces panneaux, par leur qualité et leurs teintes, dégradent le paysage urbain. La Ville de Cholet demande donc de réglementer le format et la teinte de ces dispositifs, ainsi que les matériaux qui les constituent.</p> <p>La septième anomalie est liée au format de l'arrêté de limites d'agglomération de Cholet. Dans un contexte où les arrêtés des autres communes de l'AdC indiquent l'emplacement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération sous forme de données géolocalisées, il serait souhaitable que l'arrêté de Cholet soit actualisé pour lui aussi contenir des coordonnées sous format GPS.</p>						

#### **5.4 Procès-verbal de synthèse (PVS)**

Conformément à l'article R.123.18 du code de l'environnement, le commissaire enquêteur a remis le vendredi 27 mai 2022 à 11h00, au siège de l'AdC, au chargé du suivi du projet, monsieur Alexis RICHARD, un procès-verbal de synthèse. Préalablement, la version numérique en a été diffusée à L'AdC le 26 mai 2022.

Le procès-verbal de synthèse est joint dans son intégralité au rapport établi par le commissaire enquêteur. Il a donné lieu à un temps d'échanges et de commentaires avec le représentant de l'AdC. Le commissaire enquêteur a attiré son attention sur les points particuliers qui soulèvent des questions et méritent des approfondissements et des réponses précises.

#### **5.5 Le mémoire en réponse**

Le mémoire en réponse de l'AdC, en date du 10 juin 2022 est parvenu au commissaire enquêteur d'abord par voie électronique le 10 juin 2022 puis par courrier postal en recommandé avec accusé de réception le lundi 13 juin 2022.

Le commissaire enquêteur en a pris connaissance et observe que le maître d'ouvrage a répondu méthodiquement à chacune de ses questions et intégré ses commentaires dans le corps du procès-verbal de synthèse qu'il lui avait remis. Le mémoire en réponse est joint au rapport d'enquête.

Le rapport ainsi établi, l'ensemble des éléments recueillis au cours de l'enquête, le procès-verbal d'enquête et le mémoire en réponse de l'AdC, les avis des personnes publiques associées, permettent au commissaire enquêteur de motiver ses conclusions et formuler son avis.

Fait à Mûrs-Erigné le 15 juin 2022

Le commissaire enquêteur,  
Raymond LEFEVRE



## ANNEXES

### 1. Procès-Verbal de Synthèse

**AGGLOMERATION DU CHOLETAIS  
DEPARTEMENT DE MAINE ET LOIRE**

**Règlement local de publicité intercommunal**



**PROCES VERBAL DE SYNTHESE**

**Commissaire enquêteur Raymond LEFEVRE**

*Décision TA Nantes E22000013 / 49  
Règlement local de publicité intercommunal  
EP du vendredi 22 avril 2022 au mercredi 25 mai 2022*

*Décision TA Nantes E22000013 / 49  
Règlement local de publicité intercommunal  
EP du vendredi 22 avril 2022 au mercredi 25 mai 2022*

## SOMMAIRE

<b>Chapitre</b>	<b>Intitulé</b>	<b>Page</b>
<b>I</b>	<b>Désignation et mission du commissaire enquêteur</b>	<b>2</b>
<b>II</b>	<b>Objet de l'enquête publique et son cadre juridique</b>	<b>2</b>
<b>III</b>	<b>Bref rappel du projet</b>	<b>3</b>
<b>IV</b>	<b>Déroulement de l'enquête publique</b>	<b>5</b>
<b>V</b>	<b>Bilan de l'enquête publique</b>	<b>6</b>
<b>VI</b>	<b>Mémoire en réponse</b>	<b>14</b>

## I – Désignation et mission du commissaire enquêteur

Par courrier en date du 21 janvier 2022, le Président de l'Agglomération du Choletais (AdC) a saisi le Président du Tribunal administratif de Nantes en vue de la désignation d'un commissaire enquêteur pour conduire une enquête publique relative au « *Projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) par le Conseil de Communauté de l'Agglomération du Choletais* »

Par décision n° E22000013/49 en date du 8 février 2022, le Président du Tribunal administratif de Nantes a désigné monsieur Raymond LEFÈVRE, dirigeant d'entreprise à la retraite, comme commissaire enquêteur.

Par arrêté AR n° 2022/15, en date du 1<sup>er</sup> avril 2022, le Président de l'Agglomération du Choletais a défini les modalités d'organisation et déroulement de l'enquête publique unique. Celle-ci s'est déroulée du vendredi 22 avril 2022 à 9h00 au mercredi 25 mai 2022 à 17h00, sur le territoire et notamment :

- au siège de l'agglomération à Cholet
- à la mairie d'Ysernais
- à la mairie de Lys-Haut-Layon, commune déléguée de Vihiers
- à la mairie de Veziens

Le commissaire enquêteur a tenu au total 5 permanences. Le siège de l'enquête a été fixé dans les locaux de l'agglomération du Choletais à Cholet.

Dans le présent document le commissaire enquêteur relate et rend compte du déroulement de la mission qui lui a été confiée et qu'il a accomplie conformément aux textes réglementaires en vigueur et aux prescriptions de l'arrêté précité. Dans le deuxième document associés, intitulé « Conclusions et avis motivés », il donne son avis sur le projet.

## II – Objet de l'enquête publique et son cadre juridique

### L'enquête publique

L'AdC a été créée le 1<sup>er</sup> janvier 2017 par la fusion de la communauté d'agglomération du Choletais avec la communauté de communes du Bocage ainsi que les communes du périmètre de l'ancienne communauté de communes du Vihierois-Haut-Layon, telle que l'avait envisagée le schéma départemental de coopération intercommunale de Maine-et-Loire, approuvé le 22 janvier 2016 par la commission départementale de coopération intercommunale.

Le RLPi est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal ou intercommunal. Il permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales dans le but de protéger le cadre de vie, de réduire la pollution visuelle et ainsi de valoriser les paysages. Le RLP permet également aux maires de prendre les compétences de la police de la publicité et ainsi de s'assurer de la bonne application de leur projet.

Actuellement, une seule commune, Cholet, dispose d'un règlement local de publicité (RLP) communal. Adopté antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, on dit à son propos qu'il s'agit d'un règlement de première génération. Or l'article L581-14-3 du Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE (13 juillet 2010) soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, sous peine de caducité. En 2020, ce délai a été prorogé de deux ans

si la délibération de prescription a été prise avant juillet 2020, ce qui est le cas de Cholet. Le RLP sera donc caduc le 13 juillet 2022.

Le RLPI institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP.

Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLPI peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité.

Le conseil communautaire a prescrit, dans sa séance du 17 février 2020, l'élaboration d'un RLPI sur l'intégralité du territoire de l'AdC.

Les objectifs et les modalités de la concertation avec le public ont alors été définis.

Après communication pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration à la Commission Départementale Nature Paysage Sites (CDNPS), le projet de RLPI est soumis à la présente enquête publique au titre des « projets, plans et programmes ayant une incidence sur l'environnement ».

### **Le cadre juridique**

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement ainsi que le décret d'application n°2012-118 du 30 janvier 2012 ont induit une réforme importante de la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes. Elle est entrée en vigueur le 1er juillet 2012 et prévoit une mise en conformité des RLP existants avec la nouvelle réglementation avant le 13 juillet 2020.

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal modifie, complète et précise la réglementation nationale qui résulte du Chapitre 1er Titre VIII du Livre V du code de l'environnement (articles L 581-14 à L581-14-3 du Code de l'Environnement). Son élaboration est encadrée conjointement par le code de l'Environnement et le code de la Route.

En pratique, le principe d'élaborer le RLPI est soumis à délibération du conseil communautaire en matière de PLUi en application de l'article L. 123-6 du code de l'urbanisme (procédure identique à celle des PLUi).

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de RLPI est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

L'enquête publique à laquelle est soumise le RLPI, est régie par le code de l'Environnement Chapitre III du Titre II du livre 1er, parties législatives et réglementaires (art. L121.1 et suivants et R123-1 et suivants), et par le Code de l'urbanisme (art. L153.19 et 153-8 à 153-10).

Le RLPI, une fois approuvé, est annexé au PLUi ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

### **III – Bref rappel du projet**

Par délibération VI-2 du 17 février 2020, le Conseil de Communauté a prescrit l'élaboration d'un RLPI sur l'AdC et définit ses objectifs :

- Eviter la caducité, sachant que le RLP sera caduc le 13 juillet 2022,
- Adopter des règles plus restrictives,
- Permettre l'implantation de la publicité hors interdictions sur les sites patrimoniaux remarquables (SPR), sur les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques et sur les sites Natura 2000.

Ce projet va porter sur l'AdC qui s'étend sur 78 000 ha, comprenant 107 000 habitants et est composée de 26 communes :



Bégrolles-en-Mauges, Cernusson, Les Cerqueux, Chanteloup-les-Bois, Cléré-sur-Layon, Coron, Lys-Haut-Layon, Maulévrier, Le May-sur-Evre, Mazières-en-Mauges, Montilliers, Nuaillé, Passavant-sur-Layon, La Plaine, La Romagne, Saint-Christophe-du-Bois, Saint-Léger-sous-Cholet, Saint-Paul-du-Bois, La Séguinière, Somloire, La Tessoualle, Toutlemonde, Trémentines, Vezins, Yzernay.

Le RLPI est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur le territoire concerné et qui inclut aussi, par exception, dans des lieux spécifiés à l'article L581-8 du code de l'environnement, l'implantation de publicité.

Ces orientations ont pour but de rechercher à lutter contre la pollution visuelle, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel.

L'AdC veut maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de son territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Trois catégories de dispositifs sont visées : il s'agit de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

Un règlement est établi qui suit les règles édictées par le Code de l'environnement :

- la publicité est interdite hors agglomération
- on différencie les agglomérations inférieures et supérieures à 10 000 habitants
- exception pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'élaboration du RLPI a nécessité la connaissance de la situation des publicités et des enseignes en place.

Ce diagnostic a permis de déterminer les enjeux : infraction à la réglementation en vigueur, lieux surchargés, matériels inadéquats...

Tenant compte de ce diagnostic, un zonage a été établi.

Pour la publicité, 5 zones sont créées à Cholet et 2 zones dans les communes de moins de 10 000 habitants, de P1 à P7.

Pour les enseignes, 3 zones sont créées à Cholet et 2 zones dans les communes de moins de 10 000 habitants de E1 à E5.

Conformément aux dispositions du code de l'urbanisme, applicables en matière de RLP, la conférence intercommunale des maires, réunie le 19 octobre 2020, a défini les modalités de collaboration entre l'AdC et ses communes membres pour la procédure d'élaboration du RLPI. Entre instances de pilotage et travail avec les communes, 5 réunions ont eu lieu.

Pour mener à bien la concertation, ont été tenus 2 réunions avec le public, 2 réunions avec les PPA, 2 réunions avec les acteurs économiques locaux, 2 réunions avec les associations de défense de l'environnement et 2 réunions avec les professionnels de la publicité extérieure.

D'autre part le dossier a été mis à disposition au siège de l'AdC, les informations ont été mises en ligne, elles sont parues dans le journal de l'AdC, des registres ont été mis à disposition, une adresse mail a été créée,

Un bilan, tiré de cette concertation, figure dans les pièces du dossier.

Le RLPI va apporter le pouvoir de police à l'AdC et ses communes.

## IV – Déroulement de l'enquête publique

### 4.1 La publicité

La tenue de l'enquête publique relative au projet de RLPi de l'agglomération de Cholet a été portée à la connaissance de la population par différents supports d'information :

- Par voie d'affichage
- Par voie de presse
- Par internet sur le site de l'agglomération de Cholet et celui des communes en étant pourvues
- Par le journal municipal
- Par les réseaux sociaux
- Les affichages sur le terrain aux entrées/sorties des communes où se sont tenues les permanences et dans les mairies des 26 communes de l'agglomération.

### 4.2 Les permanences

Durant l'enquête publique, le Commissaire Enquêteur a tenu 5 permanences réparties entre le siège de l'enquête à l'Hôtel d'Agglomération à Cholet et les communes de Yzernay, de Lys Haut-Layon et de Veziens selon le programme présenté ci-après.

Les horaires indiqués, dans le tableau sont ceux de l'ouverture officielle des mairies et ont correspondus à la présence effective du commissaire enquêteur.

Communes	Dates	Horaires
Cholet	vendredi 22 avril 2022	9h00-12h00
Yzernay	lundi 2 mai 2022	9h00-12h00
Lys Haut-Layon	mardi 10 mai 2022	9h00-12h00
Veziens	vendredi 20 mai 2022	14h00-17h00
Cholet	mercredi 25 mai 2022	14h00-17h00

### 4.3 Accueil et participation

Le Commissaire Enquêteur a reçu 4 personnes, au cours de ses 5 permanences, sur les 4 lieux de déposition. Il a été déposé 3 observations sur les registres papier ainsi que 4 observations par courriel et 2 par courrier dont un doublon.

Le Commissaire Enquêteur donnera son avis sur les requêtes à chaque pétitionnaire.

Le public rencontré par le Commissaire Enquêteur, bien que directement impacté par le projet, a été d'une très grande courtoisie.

La mobilisation du public n'a pas été à l'image des problèmes posés par le sujet, à savoir l'affichage de la publicité.

Le personnel d'accueil a mis en œuvre tous les moyens nécessaires au bon déroulement des permanences du Commissaire Enquêteur.

Le Commissaire Enquêteur estime que la population, depuis l'origine du projet jusqu'à la clôture de la consultation publique, a disposé de tous les éléments d'informations nécessaires à une bonne participation à ce projet.

## V – Bilan de l'enquête publique

L'enquête s'est terminée dans les délais prévus, le mercredi 25 mai 2022 à 17h00, le Commissaire Enquêteur ayant tenu sa dernière permanence de 14h00 à 17h00, à l'Hôtel de l'Agglomération à Cholet. Comme le précise l'arrêté préfectoral portant organisation de l'enquête, les registres ont été clos par le Commissaire Enquêteur qui a récupéré les certificats d'affichage. L'enquête publique, qui s'est déroulée sur une durée de 34 jours, a connu une très faible mobilisation de la population de l'AdC.

Les observations sont au nombre de 8 au total.

Avant d'arrêter son avis final, le Commissaire Enquêteur formule ci-après des demandes concernant la position de l'AdC en ce qui concerne les observations des communes, des PPA, des institutions et du public ainsi qu'un complément d'information concernant l'exercice de la police de contrôle et d'application du RLPI de l'AdC.

### 5.1 Demandes du Commissaire Enquêteur sur les avis des communes et organismes

Les demandes de positionnement de l'AdC par le Commissaire Enquêteur, issues des observations et réserves des communes, des PPA et des PPC, ont été formulées par courriel auprès de l'AdC entre le 1<sup>er</sup> et le 25 mai 2022 avant diffusion du PVS.

Les réponses aux observations, réserves et recommandations des PPA, PPC et autres organismes, formulées suite à la concertation **ayant** été **apportées**, ne sont **pas reprises** ici.

Commune	Cholet
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>La commune de Cholet demande de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• réintroduire la publicité de petit format sur devanture commerciale dans la zone P3,</li> <li>• réintroduire les préenseignes dans la zone P3,</li> <li>• modifier la règle générale relative à la publicité murale, afin de garantir la protection des éléments architecturaux tels que les modénatures, sans pour autant générer de contraintes spécifiques pour les supports sans intérêt particulier.</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
Commune	Coron
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>La commune de CORON demande que :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• le lieu-dit La Garenne, route de Chanteloup les Bois ne doit pas faire partie de la zone en agglomération</li> <li>• la zone de Chantelevent, contenant une activité de restauration, doit être intégrée au périmètre de l'opération</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	

Commune	Cholet
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>La commune de CHOLET demande de remédier aux « anomalies » ci-après, quel est votre position ?</i></p> <p>Dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), la Ville de Cholet a constaté plusieurs anomalies dans le projet arrêté par le Conseil de Communauté de l'Agglomération du Choletais (AdC) en date du 17 janvier 2022.</p> <p>La première anomalie est liée à une incohérence entre le règlement écrit et le document graphique en matière de publicité. En effet, le règlement écrit définit une zone P4 sur la route de Maulévrier, alors que le document graphique fait empiéter son périmètre sur la rue de Lorraine. La Ville de Cholet demande donc de réduire le contour de ce secteur à la stricte route de Maulévrier.</p> <p>La deuxième anomalie est liée à l'interdiction de la publicité en zone P3, conformément à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement qui la proscriit dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR). Toutefois, ce même article en autorise la réintroduction dans le cadre d'un RLP(i). Dans un contexte où certains commerces de ce secteur disposent de façades à fort intérêt architectural et ne peuvent pas ou peu supporter des enseignes, la mise en place de préenseignes est une alternative pour renforcer leur signalisation, notamment dans le cadre de commerces enclavés dans le tissu urbain ou ayant besoin d'un jalonnement, comme les hôtels. La Ville de Cholet demande donc la réintroduction des préenseignes en zone P3, avec un format maximal de 1,50 m<sup>2</sup>.</p> <p>La troisième anomalie est liée à l'interdiction de la publicité sur façade en zone P3, dans un contexte où de nombreux commerces qui s'y trouvent supportent traditionnellement ce type de dispositifs (tabacs, presse, boulangerie, etc.). La Ville de Cholet demande donc de réintroduire la publicité de petit format dans ce secteur.</p> <p>La quatrième anomalie concerne l'installation d'enseignes à étage dans les zones E1 et E2, fortement contraintes par le projet de RLPi. Afin de permettre aux commerçants de signaler leurs activités à l'étage de la même façon qu'au rez-de-chaussée, la Ville de Cholet demande à ce que les dispositions relatives à l'implantation d'enseignes sur façades soient les mêmes en zones E1 et E2 sur l'ensemble de l'immeuble.</p> <p>La cinquième anomalie concerne l'autorisation des enseignes numériques sur façade en zone E2. Afin de limiter leur impact et de préserver ainsi le patrimoine, la Ville de Cholet demande d'en restreindre la diffusion à des messages image par image.</p> <p>La sixième anomalie est liée aux agences immobilières, qui signalent leur opération de vente ou de location en apposant des panneaux. Bien que cette signalétique soit provisoire, ces panneaux, par leur qualité et leurs teintes, dégradent le paysage urbain. La Ville de Cholet demande donc de réglementer le format et la teinte de ces dispositifs, ainsi que les matériaux qui les constituent.</p> <p>La septième anomalie est liée au format de l'arrêté de limites d'agglomération de Cholet. Dans un contexte où les arrêtés des autres communes de l'AdC indiquent l'emplacement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération sous forme de données géolocalisées, il serait souhaitable que l'arrêté de Cholet soit actualisé pour lui aussi contenir des coordonnées sous format GPS.</p>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	

<b>Organisme</b>	<b>Etat</b>
<b>Observations/réserves</b>	
<p>Les services de l'Etat ont écrit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une grande partie du territoire est classé en secteur E 5 qui permet un grand nombre d'aménagements qui sont susceptibles de dévaluer la qualité du paysage en zone rurale. Il pourrait être utile d'apporter des prescriptions plus restrictives dans ces zones et d'inscrire en protection renforcée (zone 4) les abords des monuments historiques et les sites inscrits.</li> <li>- Pour les mêmes raisons, les dispositifs publicitaires mériteraient d'être interdits aux abords des monuments historiques et des sites inscrits.</li> <li>- Il conviendrait de préciser la hauteur maximale des colonnes culturelles en zone p 3. 5.</li> <li>- Il conviendrait de définir ce que l'on entend par publicité numérique, et notamment rappeler qu'il ne doit pas s'agir d'une vidéo.</li> <li>- Sur la forme, nous suggérons d'améliorer la qualité des plans de zonage des enseignes, des cartes des communes autres que Cholet n'étant pas lisibles.</li> <li>- Il serait également utile d'annexer une cartographie intégrant les périmètres des monuments historiques, des sites remarquables, des espaces boisés classés, des zones naturelles et de l'autoroute afin de faciliter le travail d'instruction et de contrôle qui vous sera dévolu dorénavant.</li> <li>- Certains nombres d'affichages publicitaires restent admis en zone résidentielle, même si les dispositifs sont de tailles réduites et en nombre limité, ce qui est susceptible de générer du contentieux de la part de certains habitants, généralement épargnés par la superposition des dispositifs.</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
<b>Organisme</b>	<b>CCI</b>
<b>Observations/réserves</b>	
<p>La CCI propose :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- D'accompagnement technique et a proposé auprès des chefs d'entreprises qui pourraient rencontrer les difficultés d'interprétation réglementaires. Une annexe illustrée des règles retenues et ou un guide des bonnes pratiques, pourrait être réalisé en ce sens.</li> <li>- La suppression et la diminution de surfaces de nombreux panneaux publicitaires ne devront pas être compensées par une augmentation du montant de la taxe locale sur les entreprises et la publicité extérieure applicable aujourd'hui ou d'une autre taxe supportée par les entreprises.</li> <li>- Le RLPI prescrit, l'extinction des publicités et pré enseignes lumineuses 23h-7h du matin. la CCI souhaite que soit reconsidéré ce principe en inscrivant une période d'extinction 23h30-6h30 ce qui limiterait les impacts financiers de cette mesure et seraient plus adaptés aux intérêts des entreprises notamment celles en charge de la commercialisation de ces espaces.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- En pas de cessation d'activité l'enseigne doit être supprimée dans les 3 mois qui suivent cette cessation. Dans l'application de cette règle et l'exercice de pouvoirs de police, la CCI souhaite que le retrait d'une enseigne soit réalisé dans le cas d'une cessation définitive et non temporaire, dans le cadre d'une transmission d'activité.</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
<b>Organisme</b>	<b>La Sauvegarde de l'Anjou</b>
<b>Observations/réserves</b>	
<p>Hormis le constat qu'un grand nombre d'observations a été pris en compte, La Sauvegarde de l'Anjou, pour le territoire hors Cholet :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- regrette que la publicité murale soit permise au sein de secteurs résidentiels</li> <li>- en termes d'enseigne, le zonage proposé nous paraît pas à même de tenir compte des enjeux patrimoniaux des communes concernées et cette absence d'encadrement renforcé dans ces secteurs patrimoniaux aboutit à autoriser des enseignes de dimensions totalement disproportionnées. À noter que les enseignes numériques y sont également autorisés. Situation pour La Sauvegarde de l'Anjou inacceptable et qui rend nécessaire une extension de la zone de protection renforcée (enseigne) pour inclure les secteurs patrimoniaux abusivement exclus dans le projet présenté en enquête publique. Un tel redécoupage constitue une réserve qui conditionne notre avis favorable à ce document.</li> </ul> <p>Pour le territoire de Cholet :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- demande la suppression de la possibilité d'implantation de publicité scellées au sol</li> <li>- les dispositifs de mobilier urbain de 8m2 sont d'une dimension trop importante</li> <li>- l'avis favorable sur la publicité est conditionné au retrait de la possibilité de dispositifs de publicité numérique au sein du site patrimonial remarquable</li> <li>- pour les enseignes, La Sauvegarde demande de limiter les dispositifs scellés au sol à 1 enseigne par établissement</li> <li>- l'avis favorable sur les enseignes est conditionné au retrait de la possibilité de dispositifs de publicité numérique au sein du site patrimonial remarquable</li> </ul> <p>En conclusion, avis favorable sous réserve de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'inclusion dans la zone de protection renforcée (enseignes) de l'ensemble des secteurs patrimoniaux inventoriés à la page 23 du rapport de présentation</li> <li>- la suppression de la possibilité d'implantation de publicités numériques et enseignes numériques au sein du secteur patrimonial remarquable de Cholet.</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	

Organisme	SNPE
<b>Observations/réserves</b>	
<p>Dans un mémoire de 5 pages, le SNPE rappelle ses observations et souhaits d'aménagement du RLPi, résumées ci-après, motivées par les pertes économiques et le risque d'atteinte à l'emploi. Il est résumé ci-après :</p> <p><i>«Tel qu'il est rédigé, le RPI menace non seulement notre filière mais privera également les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières.</i></p> <p><i>Tel qu'il nous est présenté le projet de RLPi pays engendre une inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé, notamment en matière de format.</i></p> <p><i>En l'espèce l'argument qui consisterait à soutenir que les différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne serait recevable. En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences, l'objet publicitaire de ces mobiliers répond aux exigences imposées à tous les publicitaires : ils ne peuvent donc qu'être soumis à la même réglementation, a matériel identique, traitement réglementaire identique.</i></p> <p><i>En zone ZP2, la publicité sur le domaine privé est limitée à 4.7 m<sup>2</sup> alors que la publicité apposée sur les mobiliers urbains est autorisée jusqu'au format 8 m<sup>2</sup>. La protection du cadre de vie ne peut justifier cette différence de traitement.</i></p> <p><i>Le SNPE suggère que la publicité soit réintroduite sur le domaine privé de la ZP2 jusqu'au format 10,50 m<sup>2</sup> (8 m<sup>2</sup> d'affiche) afin de préserver la parité de traitement entre le domaine public (mobilier urbain publicitaire) et le domaine privé.</i></p> <p><i>En conclusion, le SNPE demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le respect de la parité de traitement entre le domaine public et le domaine privé.</i></li> <li>- <i>La réintroduction de la publicité sur le domaine privé au format 10,50 m<sup>2</sup>.</i></li> <li>- <i>Qu'un seul dispositif, qu'il soit mural ou scellé au sol soit admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 30 m.</i></li> <li>- <i>Qu'un dispositif supplémentaire, qu'il soit mural ou scellé au sol, soit admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 100 m. Une distance minimum de 50 m serait à respecter entre ces deux dispositifs. »</i></li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	

Organisme	UPE
<b>Observations/réserves</b>	
<p><u>Hauteur des dispositifs :</u> Demande de tenir compte de la jurisprudence TA Paris, 13 juin 1996, n° 9104163/7 qui précise que la hauteur maximale des publicités scellées au sol doit être appréciée par rapport au sol à l'aplomb des panneaux et non pas par rapport au niveau d'une voie située à proximité comme écrit à l'article PF.</p> <p><u>Horaires d'extinction :</u> Demande une précision dans la définition de l'article P.1 du règlement, jugeant contraires ces dispositions au jugement de la Cour Administrative d'Appel (CAA) de Paris, 30 juillet 2019, n° 17PA23182 ainsi que la suppression de ces dispositions.</p> <p><u>Densité ZP1 et ZP2 :</u> Demande que le linéaire de façade, objet des articles P.1.2 et P.2.2, soit fixé à 20 mètres, dans les zones précitées, pour l'implantation d'un dispositif mural ou scellé au sol. Demande, conformément au jugement n° 17PA23182, rendu par la CAA de Paris le 30 juillet 2019, la suppression de toute règle d'interdistance.</p> <p><u>Domaine ferroviaire en gare :</u> Pour l'article P2.9, demande que cet article soit complété par un format de 2 m<sup>2</sup> pour les dispositifs publicitaires numériques sur les quais et parvis de gare.</p> <p><u>Domaine ferroviaire hors gare :</u> Demande l'aménagement de l'article P.2.9, préconisant un format de 10.50 m<sup>2</sup>, encadrement compris.</p> <p><u>Enseignes numériques :</u> L'UPE considère illégales les dispositions prises dans les articles E.1.6, E.2.6, E.3.6, E.5.6 et E.4.6, soutenant que « une interdiction expresse ou déguisée contenue dans un RLPI serait nécessairement censurée par le juge administratif. Elle considère que le public n'a pas été « en mesure de faire valoir utilement ses observations pendant la concertation » et conclu par la demande de » la suppression des dispositions citée ci-avant et de circonscrire le champ d'application de ces règles aux seules enseignes situées à l'extérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial.</p> <p><u>Lexique :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Agglomération :</u> L'UPE demande d'intégrer la définition de l'agglomération par le Conseil d'Etat.</li> <li>- <u>Clôture aveugle :</u> L'UPE demande de modifier la définition des « clôtures aveugles ».</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	



<b>Organisme</b>	JCDECAUX
<b>Observations/réserves</b>	
<i>JCDECAUX apporte des précisions quant à l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public et demande la modification de l'article « P.I : Horaires d'extinction » comme suit :          Suppression de « y compris celles supportées par le mobilier urbain » et de ... « abris-voyageurs qui doivent » ....</i>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	

## 5.2 Demandes du Commissaire Enquêteur sur les observations du public

<b>Commune de</b> Lys-Haut-layon	
<b>Date de dépôt</b> 10/05/2022	<b>Type de dépôt</b> ReM
<b>Nom, prénom, adresse</b> COTTENCEAU André, 5 imp. de La Baumette St Hilaire du Bois 49310 LYS-HAUT-LAYON	
<b>Observations n° 3</b>	
<i>« Lorsque le RLPi de l'AdC sera approuvé, comment comptez-vous faire respecter ce règlement ?          - Ceci concerne les panneaux publicitaires sauvages et la publicité lumineuse (éclairage permanent de nuit)          - En campagne, la signalisation de commerces, de Stés sera-t-elle maintenue et sous quelle forme ? »</i>	
<b>Position de AdC</b>	

<b>Commune de</b> Lys-Haut-layon	
<b>Date de dépôt</b> 10/05/2022	<b>Type de dépôt</b> ReM
<b>Nom, prénom, adresse</b> Sté Affiouest, M. ARNAUD Gille, 10 rue du Breil - CS 98 101 35081 RENNES cedex9	
<b>Observations</b> Après un rappel de la réglementation en vigueur, de l'utilité des affichages, du respect de l'environnement dont elle fait preuve, Affiouest, « qui représente plus d'une centaine d'emploi dans la région », s'inquiète des conséquences des dispositions du projet de RLPI de l'AdC et propose : <i>« de remettre à plat l'implantation géographique des panneaux d'affichage et de réduire leur format en passant à un maximum de 8 m<sup>2</sup> d'affichage en zones d'activité et axes structurants. Elle propose de maintenir le format portatif de 4 m<sup>2</sup> en agglomération. Ces formats permettent de proposer un réseau efficace et respectueux dans le Choletais. Elle propose également d'améliorer la densité en ramenant le linéaire minimum à 20 M. »</i>	
<b>Position de AdC</b>	

### 5.3 Demandes du Commissaire Enquêteur

5.3.1 En matière de police, un inventaire de la légalité des dispositifs a été réalisé :

Sur 366 publicités installées sur le domaine privé, hors mobilier urbain, 155 ont été reconnues illégales, 112 sur 143 hors Cholet et 44 sur 193 à Cholet

Des délais de 2 ans pour la publicité et 6 ans pour les enseignes ont été retenus pour la mise en conformité de ces dispositifs.

Comment, avec quels moyens (amendes, enlèvement, ?) comptez-vous parvenir à la régularisation des dispositifs ?

5.3.2 L'affichage disparate en bord de route doit disparaître.

Quel dispositif de remplacement envisagez-vous mettre en œuvre quand l'impact économique pour le commerce de proximité sera lourdement impacté ?

5.3.3 Le linéaire de 30 mètres emble poser un problème économique aux professionnels de l'affichage.

Comptez-vous adapter cette disposition en fonction des enjeux économiques quand ceux-ci sont manifestes ?

## VI – Mémoire en réponse

Conformément à l'article R.123-18 du Code de l'environnement, l'AdC dispose de quinze jours pour remettre au Commissaire Enquêteur un mémoire en réponse aux questions posées.

Fait à Mûrs-Erigné le 27 mai 2022

Le commissaire enquêteur,

  
Raymond LEFEVRE

## 2. Mémoire en réponse de l'AdC

L'AdC a repris en intégralité la présentation du PVS pour rédiger son mémoire.  
Ne sont donc reproduits ici que les questionnements du Commissaire Enquêteur et les réponses de l'AdC.

### 5.1 Demandes du Commissaire Enquêteur sur les avis des communes et organismes

Les demandes de positionnement de l'AdC par le Commissaire Enquêteur, issues des observations et réserves des communes, des PPA et des PPC, ont été formulées par courriel auprès de l'AdC entre le 1<sup>er</sup> et le 25 mai 2022 avant diffusion du PVS.

Les réponses aux observations, réserves et recommandations des PPA, PPC et autres organismes, formulées suite à la concertation ayant été apportées, ne sont pas reprises ici.

<b>Commune</b>	<b>Cholet</b>
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>La commune de Cholet demande de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• réintroduire la publicité de petit format sur devanture commerciale dans la zone P3,</li> <li>• réintroduire les préenseignes dans la zone P3,</li> <li>• modifier la règle générale relative à la publicité murale, afin de garantir la protection des éléments architecturaux tels que les modénatures, sans pour autant générer de contraintes spécifiques pour les supports sans intérêt particulier.</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
L'AdC est favorable à ces réserves et proposera au Conseil de Communauté leur prise en compte.	
<b>Commune</b>	<b>Coron</b>
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>La commune de CORON demande que :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• le lieu-dit La Garenne, route de Chanteloup les Bois ne doit pas faire partie de la zone en agglomération</li> <li>• la zone de Chantelevent, contenant une activité de restauration, doit être intégrée au périmètre de l'opération</li> </ul>	
<b>Position de AdC par rapport aux observations/réserves</b>	
L'AdC est favorable à ces réserves et proposera au Conseil de Communauté leur prise en compte.	
<b>Commune</b>	<b>Cholet</b>
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>La commune de CHOLET demande de remédier aux « anomalies » ci-après, quel est votre position ?</i></p>	

Dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), la Ville de Cholet a constaté plusieurs anomalies dans le projet arrêté par le Conseil de Communauté de l'Agglomération du Choletais (AdC) en date du 17 janvier 2022.

La première anomalie est liée à une incohérence entre le règlement écrit et le document graphique en matière de publicité. En effet, le règlement écrit définit une zone P4 sur la route de Maulévrier, alors que le document graphique fait empiéter son périmètre sur la rue de Lorraine. La Ville de Cholet demande donc de réduire le contour de ce secteur à la stricte route de Maulévrier.

La deuxième anomalie est liée à l'interdiction de la publicité en zone P3, conformément à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement qui la proscriit dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR). Toutefois, ce même article en autorise la réintroduction dans le cadre d'un RLP(i). Dans un contexte où certains commerces de ce secteur disposent de façades à fort intérêt architectural et ne peuvent pas ou peu supporter des enseignes, la mise en place de préenseignes est une alternative pour renforcer leur signalisation, notamment dans le cadre de commerces enclavés dans le tissu urbain ou ayant besoin d'un jalonnement, comme les hôtels. La Ville de Cholet demande donc la réintroduction des préenseignes en zone P3, avec un format maximal de 1,50 m<sup>2</sup>.

La troisième anomalie est liée à l'interdiction de la publicité sur façade en zone P3, dans un contexte où de nombreux commerces qui s'y trouvent supportent traditionnellement ce type de dispositifs (tabacs, presse, boulangerie, etc.). La Ville de Cholet demande donc de réintroduire la publicité de petit format dans ce secteur.

La quatrième anomalie concerne l'installation d'enseignes à étage dans les zones E1 et E2, fortement contraintes par le projet de RLPi. Afin de permettre aux commerçants de signaler leurs activités à l'étage de la même façon qu'au rez-de-chaussée, la Ville de Cholet demande à ce que les dispositions relatives à l'implantation d'enseignes sur façades soient les mêmes en zones E1 et E2 sur l'ensemble de l'immeuble.

La cinquième anomalie concerne l'autorisation des enseignes numériques sur façade en zone E2. Afin de limiter leur impact et de préserver ainsi le patrimoine, la Ville de Cholet demande d'en restreindre la diffusion à des messages image par image.

La sixième anomalie est liée aux agences immobilières, qui signalent leur opération de vente ou de location en apposant des panneaux. Bien que cette signalétique soit provisoire, ces panneaux, par leur qualité et leurs teintes, dégradent le paysage urbain. La Ville de Cholet demande donc de réglementer le format et la teinte de ces dispositifs, ainsi que les matériaux qui les constituent.

La septième anomalie est liée au format de l'arrêté de limites d'agglomération de Cholet. Dans un contexte où les arrêtés des autres communes de l'AdC indiquent l'emplacement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération sous forme de données géolocalisées, il serait souhaitable que l'arrêté de Cholet soit actualisé pour lui aussi contenir des coordonnées sous format GPS.

### **Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

L'AdC est favorable à ces observations et proposera au Conseil de Communauté leur prise en compte.

<b>Organisme</b>	<b>Etat</b>
<b>Observations/réserves</b>	
<p><i>Les services de l'Etat ont écrit :</i></p> <p>1) Une grande partie du territoire est classé en secteur E 5 qui permet un grand nombre d'aménagements qui sont susceptibles de dévaluer la qualité du paysage en zone rurale. Il pourrait être utile d'apporter des prescriptions plus restrictives dans ces zones et d'inscrire en protection renforcée (zone 4) les abords des monuments historiques et les sites inscrits.</p>	

- 2) *Pour les mêmes raisons, les dispositifs publicitaires mériteraient d'être interdits aux abords des monuments historiques et des sites inscrits.*
- 3) *Il conviendrait de préciser la hauteur maximale des colonnes culturelles en zone p 3. 5.*
- 4) *Il conviendrait de définir ce que l'on entend par publicité numérique, et notamment rappeler qu'il ne doit pas s'agir d'une vidéo.*
- 5) *Sur la forme, nous suggérons d'améliorer la qualité des plans de zonage des enseignes, des cartes des communes autres que Cholet n'étant pas lisibles.*
- 6) *Il serait également utile d'annexer une cartographie intégrant les périmètres des monuments historiques, des sites remarquables, des espaces boisés classés, des zones naturelles et de l'autoroute afin de faciliter le travail d'instruction et de contrôle qui vous sera dévolu dorénavant.*
- 7) *Certains nombres d'affichages publicitaires restent admis en zone résidentielle, même si les dispositifs sont de tailles réduites et en nombre limité, ce qui est susceptible de générer du contentieux de la part de certains habitants, généralement épargnés par la superposition des dispositifs.*

### **Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

1) Eu égard à la problématique du maintien des derniers commerces dans les espaces ruraux, les élus de l'AdC souhaitent faciliter l'installation des commerçants en limitant les contraintes dans les zones E5, qui couvrent les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Des règles supplémentaires seront néanmoins exigées vis-à-vis du Code de l'environnement (limitation de la hauteur des enseignes scellées au sol à 6 mètres et de la hauteur des enseignes sur toiture à 3 mètres avec une règle de proportionnalité par rapport aux façades, limitation de la surface des enseignes numériques à l'intérieur des vitrines).

Concernant les abords des monuments historiques et les sites inscrits, l'AdC rappelle que l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) sera toujours exigé et permettra d'assurer le respect de l'architecture et du patrimoine local dans les projets d'implantation d'enseignes.

2) Le Règlement National de Publicité (RNP) protège relativement bien les agglomérations de moins de 10 000 habitants. En outre, des exigences supplémentaires seront demandées en matière de densité des panneaux et de respect vis-à-vis de l'esthétisme des façades. Par ailleurs, le règlement écrit liste les communes qui ont souhaité interdire la publicité, exceptée sur mobilier urbain, au sein des périmètres de protection des monuments historiques, à savoir Maulévrier, Le May-sur-Èvre, La Séguinière, Somloire et la commune associée du Puy-Saint-Bonnet.

3) En zones P3 et P7, le projet de RLPi prévoit effectivement que la hauteur de la publicité sur mobilier urbain ne dépasse pas 3 mètres, hormis pour les colonnes culturelles (dites " colonnes Morris ") pour lesquelles elle n'est pas restreinte. Suite à cette remarque, l'AdC proposera au Conseil de Communauté de limiter la hauteur de ces supports à 7 mètres.

4) Le Code de l'environnement ne donne pas de définition de la technologie du numérique. L'AdC proposera au Conseil de Communauté d'interdire les vidéos diffusées par les enseignes numériques à plat sur mur en secteur E2.

5) Certains plans manquant effectivement de lisibilité, l'AdC en améliorera la qualité.

6) Une cartographie intégrant les périmètres des monuments historiques, des sites remarquables, des espaces boisés classés, des zones naturelles et de l'autoroute sera intégrée, afin de faciliter le travail d'instruction et de contrôle.

7) Au sein de la zone P2, qui couvre une grande partie du territoire, les règles seront en réalité relativement contraintes. Par exemple, toute forme de numérique y sera interdite, afin de ne pas nuire à la quiétude des habitants. Toutefois, pour conserver un juste équilibre entre d'un côté les objectifs économiques et les besoins de communication, de l'autre les objectifs du Code de l'environnement et du RLPI tels que la préservation des paysages et du cadre de vie, les afficheurs pourront installer des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol, en respectant un format plus réduit qu'au sein des zones d'activités ou commerciales (4,7 m<sup>2</sup> contre 10,5 m<sup>2</sup>).

<b>Organisme</b>	<b>CCI</b>
------------------	------------

**Observations/réserves**

*La CCI propose :*

- 1) *D'accompagnement technique et a proposé auprès des chefs d'entreprises qui pourraient rencontrer les difficultés d'interprétation réglementaires. Une annexe illustrée des règles retenues et ou un guide des bonnes pratiques, pourrait être réalisé en ce sens.*
- 2) *La suppression et là diminution de surfaces de nombreux panneaux publicitaires ne devront pas être compensées par une augmentation du montant de la taxe locale sur les entreprises et la publicité extérieure applicable aujourd'hui ou d'une autre taxe supportée par les entreprises.*
- 3) *Le RLPI prescrit, l'extinction des publicités et pré enseignes lumineuses 23h-7h du matin. la CCI souhaite que soit reconsidéré ce principe en inscrivant une période d'extinction 23h30-6h30 ce qui limiterait les impacts financiers de cette mesure et seraient plus adaptés aux intérêts des entreprises notamment celles en charge de la commercialisation de ces espaces.*
- 4) *En pas de cessation d'activité l'enseigne doit être supprimée dans les 3 mois qui suivent cette cessation. Dans l'application de cette règle et l'exercice de pouvoirs de police, la CCI souhaite que le retrait d'une enseigne soit réalisé dans le cas d'une cessation définitive et non temporaire, dans le cadre d'une transmission d'activité.*

**Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

- 1) Dans le cadre de la mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage confiée au bureau d'études *Mesures & Perspectives*, il n'a pas été convenu d'accompagner techniquement les chefs d'entreprises dans le décryptage du nouveau règlement. Toutefois, des photos ou croquis pourront, au besoin, être ajoutées au règlement, afin d'en assurer une meilleure compréhension.
- 2) La question de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) est étrangère au RLPI, même si la réduction de la publicité et des enseignes par le nouveau règlement aura un impact sur les recettes. Cette taxe a seulement été instaurée par la Ville de Cholet, au 1<sup>er</sup> janvier 2009, afin d'améliorer, en premier lieu, le cadre de vie en luttant contre la pollution visuelle. C'est pourquoi, les tarifs votés sont restés inchangés depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014. En outre, ils demeurent sensiblement inférieurs aux tarifs de droit commun et resteront figés en 2023. Les autres communes de l'AdC n'ont, jusqu'à présent, pas manifesté le souhait d'instituer la TLPE.
- 3) L'AdC déploie actuellement des actions pour lutter contre la pollution lumineuse en intervenant, par exemple, sur les modalités d'extinction de l'éclairage public. Il serait donc incohérent qu'elle adopte une politique moins ambitieuse sur la publicité lumineuse. Lors de l'élaboration du RLPI, les élus de l'AdC ont ainsi été unanimes quant aux dispositions à prendre en la matière. En outre, cela répond à l'orientation de l'harmonisation des règles sur le territoire communautaire. Naturellement, les commerces et entreprises en activité dans les plages d'extinction seront autorisés à allumer leurs enseignes lumineuses.

De plus, la collectivité n'a pas souhaité freiner le développement du numérique, lequel doit cependant être encadré. Afin de répondre aux réserves d'une partie du public et aux associations environnementales, l'augmentation des horaires d'extinction de la signalétique lumineuse reste le levier le plus efficace ; les autres outils réglementaires étant flous.

4) Le projet de RLPi reprend les dispositions de l'article R. 581-58 du Code de l'environnement, qui stipule que l'enseigne doit être supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et que les lieux doivent être remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité. À défaut d'occupant, le RLPi intègre la responsabilité des propriétaires des locaux commerciaux. Pour rappel, les dispositions d'un RLPi ne peuvent être moins restrictives que celles du Code de l'environnement.

L'article en question a pour objectif de limiter les enseignes sur les friches commerciales de longue durée qui ne sont plus entretenues. Inesthétiques, elles nuisent au paysage urbain et peuvent se révéler dangereuses. C'est pourquoi, ce pouvoir de police doit être exercé. Naturellement, l'information d'une reprise d'un commerce, dans les 3 mois suivant sa fermeture, suspendra toute procédure.

**Organisme**

**La Sauvegarde de  
l'Anjou**

**Observations/réserves**

*Hormis le constat qu'un grand nombre d'observations a été pris en compte, La Sauvegarde de l'Anjou, pour le territoire hors Cholet :*

- 1) regrette que la publicité murale soit permise au sein de secteurs résidentiels*
- 2) en termes d'enseigne, le zonage proposé nous paraît pas à même de tenir compte des enjeux patrimoniaux des communes concernées et cette absence d'encadrement renforcé dans ces secteurs patrimoniaux aboutit à autoriser des enseignes de dimensions totalement disproportionnées. À noter que les enseignes numériques y sont également autorisés. Situation pour La Sauvegarde de l'Anjou inacceptable et qui rend nécessaire une extension de la zone de protection renforcée (enseigne) pour inclure les secteurs patrimoniaux abusivement exclus dans le projet présenté en enquête publique. Un tel **redécoupage constitue une réserve** qui conditionne notre avis favorable à ce document.*

*Pour le territoire de Cholet :*

- 3) demande la suppression de la possibilité d'implantation de publicité scellées au sol*
- 4) les dispositifs de mobilier urbain de 8m2 sont d'une dimension trop importante*
- 5) **l'avis favorable sur la publicité** est conditionné au retrait de la possibilité de dispositifs de publicité numérique au sein du site patrimonial remarquable*
- 6) pour les enseignes, La Sauvegarde demande de limiter les dispositifs scellés au sol à 1 enseigne par établissement*
- 7) **l'avis favorable sur les enseignes** est conditionné au retrait de la possibilité de dispositifs de publicité numérique au sein du site patrimonial remarquable*

*En conclusion, avis favorable sous réserve de :*

- 8) l'inclusion dans la zone de protection renforcée (enseignes) de l'ensemble des secteurs patrimoniaux inventoriés à la page 23 du rapport de présentation*
- 9) la suppression de la possibilité d'implantation de publicités numériques et enseignes numériques au sein du secteur patrimonial remarquable de Cholet.*

**Position de AdC par rapport aux observations/réserves**



1) Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les zones résidentielles constituent la majorité du tissu urbain. Interdire totalement la publicité murale dans ces secteurs équivaldrait à l'interdire totalement pour nombre de ces petites communes. De plus, le Code de l'environnement encadre fortement dans ces agglomérations la possibilité d'installer ce type de dispositif (implantation seulement possible sur mur aveugle). C'est pourquoi les élus de l'AdC ont décidé d'autoriser ces dispositifs, avec toutefois des contraintes comme la densité (maximum 1 panneau par unité foncière).

2) Eu égard à la problématique du maintien des derniers commerces dans les espaces ruraux, les élus de l'AdC souhaitent faciliter l'installation des commerçants en limitant les contraintes dans les zones E5, dites de protection simple. Les zones à enjeux patrimoniaux de ces communes sont majoritairement couvertes par des périmètres délimités des abords. Dans ces secteurs, toute demande d'autorisation de pose d'enseigne fera l'objet d'une demande d'avis de l'ABF et permettra d'assurer le respect de l'architecture et du patrimoine local.

3) Interdire totalement les dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants constituerait une atteinte à liberté d'expression et serait rejeté par le Tribunal Administratif.

4) Limiter les formats du mobilier urbain constituerait une atteinte à liberté d'expression et serait rejeté par le Tribunal Administratif.

5) En adéquation avec les enjeux du programme national Action Cœur de Ville dont elle bénéficie, la Ville de Cholet souhaite conserver la possibilité d'installer de la publicité numérique sur mobilier urbain dans son centre-ville couvert par le Site Patrimonial Remarquable (SPR). Il est ainsi envisagé de diffuser des messages visant à promouvoir le commerce de centre-ville, en informant le public des différentes opérations commerciales, de l'ouverture de nouveaux établissements, de la localisation de diverses activités, etc. La souplesse qu'apporte cette nouvelle technologie autorisera des campagnes plus nombreuses, souvent plus brèves et répondant quasi instantanément aux besoins des commerçants. Le RLPi prévoit d'autoriser la publicité sur mobilier urbain donc sous le contrôle de la collectivité.

De plus, l'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier l'article E.2.6 relatif au enseignes numériques dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR) afin d'interdire les vidéos sur les enseignes extérieures. Une diffusion image par image préservera ainsi le paysage urbain.

6) Tout comme le Code de l'environnement, le RLPi ne réglemente que les enseignes de plus d'1 m<sup>2</sup>. Celles-ci sont limitées à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

7) Cf.. 5)

8) Cf.. 2)

9) Cf.. 5)

<b>Organisme</b>	<b>SNPE</b>
------------------	-------------

<b>Observations/réserves</b>
------------------------------

Dans un mémoire de 5 pages, le SNPE rappelle ses observations et souhaits d'aménagement du RLPi, résumées ci-après, motivées par les pertes économiques et le risque d'atteinte à l'emploi. Il est résumé ci-après :

1) « *Tel qu'il est rédigé, le RPI menace non seulement notre filière mais privera également les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières.*

*Tel qu'il nous est présenté le projet de RLPi pays engendre une inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé, notamment en matière de format.*

*En l'espèce l'argument qui consisterait à soutenir que les différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne serait recevable. En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences, l'objet publicitaire de ces mobiliers répond aux exigences imposées à tous les publicitaires : ils ne peuvent donc qu'être soumis à la même réglementation, **a matériel identique, traitement réglementaire identique.***

*2) En zone ZP2, la publicité sur le domaine privé est limitée à 4.7 m<sup>2</sup> alors que la publicité apposée sur les mobiliers urbains est autorisée jusqu'au format 8 m<sup>2</sup>. La protection du cadre de vie ne peut justifier cette différence de traitement.*

*Le SNPE suggère que la publicité soit réintroduite sur le domaine privé de la ZP2 jusqu'au format 10,50 m<sup>2</sup> (8 m<sup>2</sup> d'affiche) afin de préserver la parité de traitement entre le domaine public (mobilier urbain publicitaire) et le domaine privé.*

*En conclusion, le SNPE demande :*

- 3) Le respect de la parité de traitement entre le domaine public et le domaine privé.*
- 4) La réintroduction de la publicité sur le domaine privé au format 10,50 m<sup>2</sup>.*
- 3) Qu'un seul dispositif, qu'il soit mural ou scellé au sol soit admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 30 m.*
- 4) Qu'un dispositif supplémentaire, qu'il soit mural ou scellé au sol, soit admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 100 m. Une distance minimum de 50 m serait à respecter entre ces deux dispositifs. »*

### **Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

1) Le développement des activités économiques et du commerce constitue un axe prioritaire dans la politique menée par l'AdC et la Ville de Cholet. Les élus doivent toutefois répondre à l'ensemble des autres enjeux. C'est pourquoi l'élaboration du RLPi vise à trouver un juste équilibre entre, d'un côté les objectifs économiques et les besoins de communication, de l'autre les objectifs du Code de l'environnement tels que la préservation des paysages et du cadre de vie ou encore la limitation de la pollution lumineuse. Ainsi, différentes zones caractérisées par des dispositions plus ou moins restrictives mailleront le territoire. Les secteurs résidentiels auront par exemple des règles plus contraintes que les zones d'activités ou commerciales.

Le juge administratif considère de manière constante que l'article L.581-14 du Code de l'environnement donne aux auteurs du RLP un large pouvoir de réglementation lui permettant d'interdire dans des zones toute publicité ou certaines catégories de publicité en fonction des procédés ou des dispositifs utilisés. Le principe d'égalité ne s'oppose pas à ce que l'autorité investie du pouvoir réglementaire règle de façon différente des situations différentes, ni à ce qu'elle déroge à l'égalité pour des raisons d'intérêt général, pourvu que, dans l'un comme dans l'autre cas, la différence de traitement qui en résulte soit en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit. Le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés (CAA Nancy, 19 oct. 2021, n°19NC02575).

La définition de la publicité est fixée par le Code de l'environnement et les différents supports sont ensuite traités dans la partie réglementaire. Dans le projet de RLPI, le mobilier urbain fait l'objet d'un traitement particulier en tant que catégorie spécifique de dispositif publicitaire, comme le sont par exemple les publicités scellées au sol ou murales. Une différence de traitement au niveau national est, d'ailleurs, à souligner. Par exemple, le Code de l'environnement ne fixe pas de règles de densité pour le mobilier urbain supportant de la publicité. En outre, les collectivités ont la maîtrise de ce qui peut s'implanter sur le domaine public.

2) La zone P2 de Cholet correspond aux principaux secteurs résidentiels de la ville. Ces lieux doivent faire l'objet d'une vigilance particulière, afin d'y préserver le cadre de vie des résidents. Alors que plusieurs partenaires de l'AdC ont milité pour une interdiction totale de la publicité dans les zones résidentielles, les élus de Cholet ont cependant souhaité maintenir la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires dans la zone P2, avec néanmoins des dispositions plus contraignantes au niveau du format.

3) Cf. 1)

4) Cf. 2)

5) Cette disposition est déjà prévue dans le projet de RLPI arrêté le 17 janvier 2022.

6) L'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier les articles P.1.2 et P.2.2, afin de réduire l'interdistance de 100 à 50 m entre les panneaux sur une unité foncière dont la façade sur voie est supérieure à 100 m.

**Organisme**

**UPE**

**Observations/réserves**

1) Hauteur des dispositifs :

*Demande de tenir compte de la jurisprudence TA Paris, 13 juin 1996, n° 9104163/7 qui précise que la hauteur maximale des publicités scellées au sol doit être appréciée par rapport au sol à l'aplomb des panneaux et non pas par rapport au niveau d'une voie située à proximité comme écrit à l'article PF.*

2) Horaires d'extinction :

*Demande une précision dans la définition de l'article P.1 du règlement, jugeant contraires ces dispositions au jugement de la Cour Administrative d'Appel (CAA) de Paris, 30 juillet 2019, n° 17PA23182 ainsi que la suppression de ces dispositions.*

3) Densité ZP1 et ZP2 :

*Demande que le linéaire de façade, objet des articles P.1.2 et P.2.2, soit fixé à 20 mètres, dans les zones précitées, pour l'implantation d'un dispositif mural ou scellé au sol.*

*Demande, conformément au jugement n° 17PA23182, rendu par la CAA de Paris le 30 juillet 2019, la suppression de toute règle d'interdistance.*

4) Domaine ferroviaire en gare :

*Pour l'article P.2.9, demande que cet article soit complété par un format de 2 m<sup>2</sup> pour les dispositifs publicitaires numériques sur les quais et parvis de gare.*

5) Domaine ferroviaire hors gare :

*Demande l'aménagement de l'article P.2.9, préconisant un format de 10.50 m<sup>2</sup>, encadrement compris.*

6) Enseignes numériques :

*L'UPE considère illégales les dispositions prises dans les articles E.1.6, E.2.6, E.3.6, E.5.6 et E.4.6, soutenant que « une interdiction expresse ou déguisée contenue dans un RLPI serait nécessairement censurée par le juge administratif.*

*Elle considère que le public n'a pas été « en mesure de faire valoir utilement ses observations pendant la concertation » et conclu par la demande de » la suppression des dispositions citée ci-avant et de circonscrire le champ d'application de ces règles aux seules enseignes situées à l'extérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial.*

*Lexique :*

- 7) Agglomération :

*L'UPE demande d'intégrer la définition de l'agglomération par le Conseil d'Etat.*

- 8) Clôture aveugle :

*L'UPE demande de modifier la définition des « clôtures aveugles ».*

### **Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

1) La hauteur des dispositifs est un sujet qui a suscité de nombreux échanges lors de la phase de concertation avec le public. L'article P.F a ainsi été modifié pour répondre aux réserves énoncées par les entreprises d'affichage, tout en préservant la qualité du paysage urbain. La hauteur maximale des dispositifs par rapport à la chaussée a alors été fixée à 9 m.

2) La signalétique lumineuse est régie par les articles R. 581-34 et R.581-59 du Code de l'environnement, qui disposent que ces dispositifs doivent respecter des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt. Cet arrêté n'a toutefois, pour le moment, pas été publié.

3) L'interdiction de la publicité sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur ou égal à 30 mètres est déjà présente dans le RLP de Cholet, approuvé en 2008. La zone P1, qui correspond aux principales zones d'activités ou commerciales et aux principaux équipements sportifs ou culturels, est composée d'unités foncières ayant, en grande majorité, des linéaires de façade supérieurs à 30 m, et est donc peu impactée. Cette règle de densité a encore plus de sens dans la zone P2, qui équivaut aux principales zones résidentielles, où l'autorisation d'installer de la publicité a fait l'objet de nombreuses réserves lors de la concertation.

En empêchant l'installation de dispositifs côte à côte, la collectivité préserve ainsi la qualité de vie des habitants. Toutefois, l'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier les articles P.1.2 et P.2.2, afin de réduire l'interdistance de 100 m à 50 m entre les panneaux sur une unité foncière dont la façade sur voie est supérieure à 100 m.

4) L'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier le règlement pour que les quais de la gare puissent accueillir de la publicité numérique, sous réserve de respecter les dispositions de l'article P.2.9 relatives à la publicité sur le domaine ferroviaire.

5) Bien que le domaine ferroviaire bénéficie d'un statut particulier, les dispositifs publicitaires qu'il accueille doivent se conformer tant que possible aux dispositions des zones qu'il traverse.

6) Concernant les enseignes numériques, la remarque est erronée car la rédaction actuelle ne comprend pas d'interdiction générale et absolue. Pour rappel, l'AdC a choisi de réintroduire la signalétique numérique dans le SPR.

Au sujet des écrans numériques, l'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier l'article E.4.6, afin de les autoriser à l'intérieur des vitrines sous réserve de contraintes de surfaces.

Enfin, concernant le supposé manque d'information du public et de concertation avec les parties prenantes, l'AdC rappelle qu'elle a organisé, respectivement en juillet et décembre 2021, deux réunions publiques, deux réunions avec les professionnels de la publicité, deux réunions avec les commerçants et artisans, ainsi que deux réunions avec les associations environnementales et

patrimoniales. De même, le site internet de l'AdC, ainsi que les dossiers présents dans les 26 mairies du territoire communautaire ont été alimentés tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi.

7) L'AdC conservera la définition actuelle de l'agglomération issue du Code de la route. Naturellement, lors de l'instruction, si des plaques étaient situées au sein d'une continuité bâtie, les arrêtés de limites d'agglomération seraient modifiés en conséquence.

8) L'AdC proposera au Conseil de Communauté de modifier la définition de la clôture aveugle en reprenant celle donnée par l'instruction du Gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des préenseignes : " *clôture effectuée en murs « pleins », en maçonnerie, en bois ou matériaux opaques. Ne comprend pas les clôtures ajourées, à claire-voie, grillagées ou végétales* ".

<b>Organisme</b>	JCDECAUX
------------------	----------

**Observations/réserves**

JCDECAUX apporte des précisions quant à l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public et demande la modification de l'article « P.I : Horaires d'extinction » comme suit :

*Suppression de « y compris celles supportées par le mobilier urbain » et de ... « abris-voyageurs qui doivent » ....*

**Position de AdC par rapport aux observations/réserves**

Les élus de l'AdC sont pleinement investis dans la lutte contre la pollution lumineuse, tant pour des questions d'économies d'énergie que de préservation de la biodiversité nocturne. La collectivité a ainsi engagé une gestion plus vertueuse de son éclairage public. Il serait ainsi incohérent d'autoriser la publicité lumineuse durant les horaires d'extinction de l'éclairage public. C'est pourquoi, la proposition d'allonger la plage d'extinction de la publicité et des enseignes de 22 heures à 7 heures a été approuvée à l'unanimité des communes de l'AdC.

Dans un souci d'équité, les élus ont voulu que cette disposition soit appliquée à l'ensemble des dispositifs lumineux, y compris ceux installés sur mobilier urbain, comme le prévoit l'article 3 du projet de décret portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement. Cependant, la continuité du service public devant être préservée, la publicité sur mobilier urbain affectée aux transports pourra donc être éclairée pendant les horaires d'ouverture du service.

## 5.2 Demandes du Commissaire Enquêteur sur les observations du public

<b>Commune de</b> Lys-Haut-layon	
<b>Date de dépôt</b> 10/05/2022	<b>Type de dépôt</b> ReM
<b>Nom, prénom, adresse</b> COTTENCEAU André, 5 imp. de La Baumette St Hilaire du Bois 49310 LYS-HAUT-LAYON	
<b>Observations n° 3</b> « Lorsque le RLPi de l'AdC sera approuvé, comment comptez-vous faire respecter ce règlement ? »	

- 1) Ceci concerne les panneaux publicitaires sauvages et la publicité lumineuse (éclairage permanent de nuit)
- 2) En campagne, la signalisation de commerces, de Stés sera-t-elle maintenue et sous quelle forme ? »

### Position de AdC

1) À l'approbation du RLPi, la compétence de police sera transférée du Préfet au Maire. Selon sa nature, toute signalétique devra alors faire l'objet soit d'une déclaration préalable, soit d'une demande d'autorisation d'installation.

Si la déclaration préalable ou la demande d'autorisation n'est pas faite, ou si elle n'est pas conforme, le contrevenant risque une amende administrative de 1 500 € et une amende pénale de 7 500 €. Si la situation n'est pas régularisée, il sera soumis à une astreinte d'environ 200 € par jour de retard. Les amendes et les astreintes sont données par le préfet de département.

2) L'article L.581-7 du Code de l'environnement interdit la publicité et les préenseignes hors agglomération. Les entreprises situées dans ces secteurs ne pourront être signalées que par des enseignes (signalétiques installées sur l'immeuble de l'activité) ou bien par des préenseignes dérogatoires si elles signalent la fabrication ou la vente de produits du terroir.

**Commune de** Lys-Haut-layon

**Date de dépôt**

10/05/2022

**Type de dépôt**

ReM

**Nom, prénom, adresse**

Sté Affïouest, M. ARNAUD Gille, 10 rue du Breil - CS 98 101  
35081 RENNES cedex9

**Observations**

Après un rappel de la réglementation en vigueur, de l'utilité des affichages, du respect de l'environnement dont elle fait preuve, Affïouest, « qui représente plus d'une centaine d'emploi dans la région », s'inquiète des conséquences des dispositions du projet de RLPi de l'AdC et propose :

- 1) « de remettre à plat l'implantation géographique des panneaux d'affichage et de réduire leur format en passant à un maximum de 8 m<sup>2</sup> d'affichage en zones d'activité et axes structurants.
- 2) de maintenir le format portatif de 4 m<sup>2</sup> en agglomération. Ces formats permettent de proposer un réseau efficace et respectueux dans le Choletais.
- 3) d'améliorer la densité en ramenant le linéaire minimum à 20 M. »

**Position de AdC**

1) Le diagnostic réalisé lors de l'élaboration du RLPi a mis en évidence que la plupart des panneaux non conformes sont en infraction aux dispositions du Code de l'environnement : installations hors agglomération, panneaux scellées sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, etc. Dans les zones d'activités, le RLPi prévoit des règles moins contraintes que dans les autres secteurs, dispositions qui doivent toutefois bien entendu être conformes à la réglementation nationale. Par exemple, les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne pourront accueillir que des dispositifs d'un format maximal de 4,70 m<sup>2</sup>.

2) Le « format portatif » est surtout utilisé pour de la signalétique temporaire (expositions, chantiers, etc.). Ces panneaux devront, donc être conformes aux dispositions régissant les enseignes et préenseignes temporaires. Si ces dispositifs ont vocation à être permanents, ils seront

considérés comme scellés au sol, donc interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

3) L'interdiction de la publicité sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur ou égal à 30 mètres ne concerne que le territoire de Cholet. Cette disposition est d'ailleurs déjà présente dans le RLP actuel. Il ne devrait donc pas y avoir de démontage de panneaux à prévoir.

### 5.3 Demandes du Commissaire Enquêteur

**5.3.1** En matière de police, un inventaire de la légalité des dispositifs a été réalisé :

Sur 366 publicités installées sur le domaine privé, hors mobilier urbain, 155 ont été reconnues illégales, 112 sur 143 hors Cholet et 44 sur 193 à Cholet

Des délais de 2 ans pour la publicité et 6 ans pour les enseignes ont été retenus pour la mise en conformité de ces dispositifs.

**Comment, avec quels moyens (amendes, enlèvement, ?) comptez-vous parvenir à la régularisation des dispositifs ?**

Pendant ces délais, des discussions, des courriers et des échanges à l'amiable sont envisagés, avant d'aller, les échéances passées, vers des mesures plus coercitives prévues par le Code de l'environnement (cf. amendes et astreintes évoquées en 5.2).

**5.3.2** L'affichage disparate en bord de route doit disparaître.

**Quel dispositif de remplacement envisagez-vous mettre en œuvre quand l'impact économique pour le commerce de proximité sera lourdement impacté ?**

L'interdiction des panneaux en bord de route, hors agglomération, touche les dispositifs publicitaires et les préenseignes (article L.581-7 du Code de l'environnement). Les enseignes sur le lieu de l'activité et les préenseignes dérogatoires signalant les activités énumérées par l'article L.581-19 du Code de l'environnement sont autorisées.

En outre, la Signalisation d'Information Locale (SIL), mode de signalisation régi par le Code de la route, permet de guider l'usager de la route vers les services et équipements, lorsque la présignalisation est proscrite par le Code de l'environnement.

Peut aussi être utilisé le Relais d'Information Service (RIS), équipement de signalisation routière d'indication implanté sur un lieu du domaine public, qui offre la possibilité de stationnement. Il se compose d'une carte localisant les informations relatives à un territoire (équipements, activités, services, etc.). Pour ne pas être en infraction au titre de la réglementation sur la publicité, les informations commerciales qu'il peut comporter doivent être strictement informatives, gratuites et exhaustives.

**5.3.3** Le linéaire de 30 mètres semble poser un problème économique aux professionnels de l'affichage.

**Comptez-vous adapter cette disposition en fonction des enjeux économiques quand ceux-ci sont manifestes ?**

L'interdiction de la publicité sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur ou égal à 30 mètres ne concerne que les zones P1 et P2 sur le territoire de Cholet. Cette disposition

est déjà présente dans le RLP actuel. Il ne devrait donc pas y avoir de démontage de panneaux à prévoir. La zone P1, qui correspond aux principales zones d'activités ou commerciales et aux principaux équipements sportifs ou culturels, est composée d'unités foncières ayant, en grande majorité des linéaires de façade supérieur à 30 m et est donc peu impactée. Dans la zone P2, qui équivaut aux principales zones résidentielles, l'autorisation d'installer de la publicité a fait l'objet de nombreuses réserves lors de la concertation. C'est pourquoi cette disposition a tout son sens pour réduire la densité dans ce secteur particulièrement sensible et composé généralement de petites unités foncières.

## **VI – Mémoire en réponse**

Conformément à l'article R.123-18 du Code de l'environnement, l'AdC dispose de quinze jours pour remettre au Commissaire Enquêteur un mémoire en réponse aux questions posées.

Fait à Cholet le 10 juin 2022

Le Président  
Par délégation le Vice-Président  
en charge du RLPi  
Jean-Paul BRÉGEON



### 3. Correspondance liée au bilan de la concertation

#### 4.1 La DDT

Suite à votre envoi de début décembre, nous avons pu faire une lecture de votre projet de règlement local de publicité et des cartes associées.

L'avis de synthèse de l'état (qui sera rédigé par la DDT) interviendra postérieurement à votre arrêt de projet, et s'attachera plus particulièrement à la légalité du document et du déroulement de la procédure.

Néanmoins, à la lecture du dossier fournie et comme j'avais pu vous l'indiquer lors de la dernière réunion, il m'apparaît utile de vous transmettre ci dessous quelques observations d'ordre technique, du conseil ou tout simplement de bonne compréhension du document.

Ainsi, j'ai essayé de regrouper par "thématique" nos remarques et suggestions qui vous trouverez ci dessous :

##### 1) Le zonage / la cartographie

Cette dimension est bien présente et les découpages effectués semblent en adéquation avec les caractéristiques du territoire de la collectivité.

Nous rencontrons quelques difficultés de lecture lorsque l'on cherche à comparer les cartes et le règlement. En effet, plusieurs dénominations sont employées suivant que l'on regarde les cartes ou le règlement, qui finissent par perdre le lecteur. Par exemple, pour ce qui est de la publicité, on trouve différentes appellations : zone de publicité de protection simple (ZPPS), zone publicité, zone de protection simple (ZPS), ces dénominations ayant en plus des numéros qui ne correspondent pas forcément à leur abréviation : par exemple, la zone de publicité 3 s'appelle P3 et la zone publicité de protection simple s'appelle P7. Bref, une harmonisation des sigles employés serait la bien venue afin de pouvoir s'y retrouver.

Par ailleurs, pour ce qui concerne spécifiquement Chanteloup les bois, la carte globale hors aggro (ADC-ZONAGES ENS HORS CHOLET-20211126.jpeg) classe entièrement CHANTELOUP

en ZPR, ce qui n'est pas le cas quand on regarde la carte spécifique à Chanteloup (Chanteloup-les-Bois.jpeg).

De la même manière, d'autres différences apparaissent à Maulévrier entre le plan d'ensemble et l'extrait communal : une vérification de la bonne concordance entre les 2 cartographies devra donc être effectuée.

##### 2) Dispositions générales

Il serait utile de clarifier les parties introductives de la publicité et des enseignes qui présentent les dispositions générales.

En effet, elles sont un peu confuses, apportent des éléments que l'on ne comprend pas forcément (on évoque par exemple le respect des chartes sans savoir de quoi il s'agit, et en leur donnant une portée obligatoire alors que par définition une charte est incitative). De même, certains verbes de types (elles peuvent être apposées ...) mériteraient d'être clarifiés (elles doivent être \_\_.) afin d'être contrôlable au besoin.

### 3) Dimensionnement

Il est important de s'assurer que les formats prescrits dans certains cas (ZP1 > mobilier urbain = 10,5 m<sup>2</sup> ou ZPR E4 > surface enseigne = 4,5 m<sup>2</sup>) soient bien commercialisables par les afficheurs, et cohérents avec les supports classiques existant, afin qu'ils n'engagent pas de contentieux pour entrave à leur activité.

### 4) Préservation des zones résidentielles/pavillonnaires

Comme nous avons pu l'indiquer dans la note d'enjeux, il est d'usage dans le RLPi de chercher à minimiser l'impact de l'affichage publicitaire sur le cadre de vie des habitants. Ainsi, bien souvent, dans ce type de secteur, seul l'affichage sur le mobilier urbain est toléré. Dans le cas du RLPi de Cholet, un certain nombre de dispositifs rendent possible l'affichage publicitaire en zone résidentielle. J'attire votre attention sur le fait que si cela est légal, il pourrait néanmoins générer des oppositions fondées et portées par des habitants ou leur collectif.

### 5) Site patrimonial remarquable

Le territoire de l'agglomération du Choletais est peu pourvu en sites protégés, et une attention particulière doit donc être portée à ce niveau.

Ainsi, les sites de Maulévrier et Passavant sur Layon doivent faire l'objet d'une protection au même titre que les espaces naturels sensibles, et il faut restreindre au maximum l'affichage.

Si l'on se réfère à l'article P.3.5, il est assez surprenant de noter que la publicité numérique sur mobilier urbain soit rendu possible dans les sites patrimoniaux remarquables (alors même qu'elle est interdite par exemple en zone résidentielle).

Il est bien évidemment possible de réintroduire des règles d'affichage via le RLPi, là où le RNP l'interdirait. Néanmoins, il faut veiller à ce que cela reste proportionnel aux enjeux et conforme à l'objectif fixé de protéger le patrimoine naturel et bâti.

De la même manière, l'article E.2.8 prévoit des enseignes numériques de 8 m<sup>2</sup> ce qui paraît quelque peu surdimensionné pour un site patrimonial remarquable (d'ailleurs c'est le même format que pour les zones commerciales).

Enfin, il aurait pu être intéressant d'instaurer une trame longeant la vallée de la Moine, afin de la préserver des affichages, notamment sur la partie Ouest de la ville, où au moins prévoir une zone de recul par rapport au cours d'eau dans les prescriptions du règlement.

### 6) Kakemonos et autres oriflammes

Le diagnostic présenté cet été faisait ressortir un surnombre d'enseignes < 1m<sup>2</sup> dans certaines zones, et la confusion que cela générerait en plus des aspects esthétiques que cela pose. On ne retrouve pas forcément dans le règlement ce que l'agglomération souhaite mettre en œuvre pour mieux encadrer ce phénomène.

Voilà ce qui résume nos observations à ce stade. nous restons bien sûr à votre disposition si vous souhaitez disposer d'éléments complémentaires.

### **Réponse de l'AdC**

Après étude de l'ensemble de vos observations, vous trouverez ci-dessous quelques précisions.

### **1) Le zonage / la cartographie**

Il y a effectivement plusieurs coquilles dans la dénomination de certaines zones, ainsi que quelques incohérences entre les cartes générales et les cartes spécifiques aux communes. Ces anomalies ont été corrigées.

### **2) Dispositions générales**

La rédaction de certaines dispositions générales a été précisée (préenseignes dérogatoires, enseignes temporaires, etc.) afin que le règlement ne soit pas sujet à interprétation.

### **3) Dimensionnement**

Lorsqu'il sera adopté, le projet de décret portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement relatives à la surface des publicités et des enseignes procédera aux changements suivants :

I - Aux articles R.581-26, R.581-32, R.581-65 et R.581-70 du Code de l'environnement, les mots : « 12 mètres carrés » sont remplacés par les mots : « 10,50 mètres carrés ».

II - Au premier alinéa du II de l'article R. 581-26 du Code de l'environnement, les mots « 4 mètres carrés » sont remplacés par les mots : « 4, 70 mètres carrés ».

L'article R.581-24-1 du Code de l'environnement sera alors rédigé de la manière suivante : « Le calcul de la surface unitaire des publicités s'apprécie en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité. Pour la publicité supportée par le mobilier urbain, le calcul de la surface unitaire s'apprécie en prenant en compte uniquement la surface de l'affiche ou de l'écran ».

En anticipant ces évolutions, le RLPi sera ainsi conforme au RNP.

### **4) Préservation des zones résidentielles I pavillonnaires**

Au sein de cette zone qui couvre une grande partie du territoire, les règles sont en réalité relativement contraintes.

Par exemple, toute forme de numérique y sera interdite, afin de ne pas nuire à la quiétude des habitants.

Toutefois, pour conserver une certaine équité avec le mobilier urbain, les afficheurs pourront installer des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol, en respectant un format plus réduit qu'au sein des zones d'activités ou commerciales.

### **5) Site Patrimonial Remarquable**

Les élus des communes de moins de 10 000 habitants, agglomérations déjà fortement protégées par le RNP, ont choisi de mettre en place des dispositions souples en matière de publicités et d'enseignes, afin de limiter les freins à l'installation des commerçants. Maulévrier, Le May-sur-Èvre, La Séguinière, ou encore Somloire, ont toutefois limité la réintroduction de la publicité au mobilier urbain.

Dans le périmètre du SPR de Cholet, la publicité numérique sera effectivement autorisée sur mobilier urbain, mais la municipalité conservera le contrôle des messages, qui auront pour but d'informer le public des différentes opérations commerciales, de l'ouverture de nouveaux commerces, de la localisation de diverses activités, etc.

Une surface maximum de 8 m<sup>2</sup> a été fixée pour les enseignes numériques à Cholet, mais cette disposition sera fortement contrainte par l'article R.581-63 du Code de l'environnement. En pratique, l'opportunité pour les commerces traditionnels du centre-ville d'installer des dispositifs de cette taille sera limitée, étant plutôt l'apanage des établissements dotés de grandes façades, lesquels ont le plus souvent une vocation institutionnelle ou culturelle.

Cela laissera en pratique peu d'opportunités aux commerces traditionnels du centre-ville d'apposer des enseignes numériques de 8 m<sup>2</sup>.

Enfin, la vallée de la Moine à l'ouest de Cholet étant bordée par des zones d'équipements sportifs ou culturels propriété de la Ville ou de l'AdC, il n'a pas été jugé utile d'y créer une zone de protection supplémentaire.

#### **6) Kakemonos et autres oriflammes**

Autorisés suivant les règles du RNP en zones d'activités ou commerciales, kakemonos et oriflammes seront interdits en SPR. En outre, dans les zones résidentielles, ils seront limités, comme toute enseigne scellée au sol, à un par voie bordant l'établissement.

## **4.2 PROMOVIL**

Nous faisons suite à l'étude du projet de RLPi de l'Agglomération du Choletais (AdC), et sommes plutôt surpris du choix des formats proposés dans certaines zones définies, à savoir uniquement le format 4 m<sup>2</sup>, format qui ne semble pas adapté à l'importance de l'agglomération Choletaise. En effet les autres villes de tailles similaires qui mettent en place un RLPi, conservent un format de 8m<sup>2</sup>, format courant pour la communication extérieure, et validé dans le cadre du mobilier urbain.

De plus cette différence de traitement entre les afficheurs qui dans certaines zones n'auront la possibilité que du 4m<sup>2</sup>, posera certainement un problème de concurrence avec le mobilier urbain qui lui, aura la possibilité de travailler en format 8m<sup>2</sup>. Ils auront de fait, le monopole de ce format et donc les acteurs locaux seront lésés, soit en possibilité de communiquer, soit en prix, du fait de ce même monopole.

Pour ce qui nous concerne, cela va poser un problème de formats, et même d'offres, en effet nos clients du Choletais, commerçants, locaux etc... devront faire fabriquer des visuels de 2 formats différents pour leur campagne, 4 et 8 m<sup>2</sup>, pour une même opération, d'où un surcoût, dont on ne saisit pas trop l'intérêt, et une visibilité altérée. Notre réseau d'affichage comportera 2 types de formats avec du 4 m<sup>2</sup>, format non adapté à une agglomération comme Cholet. Vous laissant prendre bonne note de nos remarques, et dans le souhait de voir réviser certains points qui poseront un problème d'équité et de cohérence, quant aux prix et la concurrence.

### **Réponse de l'AdC**

Par mail en date du 23 décembre 2021, vous m'avez adressé vos observations sur le projet de règles du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de l'Agglomération du Choletais (AdC), et je vous en remercie.

Après étude de ces observations, l'AdC souhaite vous apporter des précisions complémentaires justifiant les choix de l'Agglomération.

Le RLPi résulte en effet de la volonté forte des élus d'être acteurs du développement de leur territoire et de se doter par conséquent d'un document de planification ambitieux, dont le règlement en est la traduction. Le choix du scénario retenu résulte d'une forte mobilisation

des élus, qui ont défini le projet de manière itérative et évolutive, au fil d'un nombre important de rencontres et d'échanges.

Le maintien des activités économiques et du commerce est une axe prioritaire dans la politique menée par l'AdC et la Ville de Cholet. Les élus doivent toutefois répondre à l'ensemble des autres enjeux. C'est pourquoi l'élaboration du RLPi vise à trouver un juste équilibre entre d'un côté les objectifs économiques et les besoins de communication, de l'autre les objectifs du Code de l'environnement tels que la préservation des paysages et du cadre de vie ou encore la limitation de la pollution lumineuse.

Ainsi, différentes zones caractérisées par des dispositions plus ou moins restrictives mailleront le territoire.

Les secteurs résidentiels auront par exemple des règles plus contraintes que les zones d'activités ou commerciales. Au sein des entrées de ville, secteurs qui constituent la première impression pour celui qui découvre le territoire, les dispositifs publicitaires devront être maîtrisés, afin de préserver la qualité du paysage urbain du Choletais.

La zone P2 correspond aux principaux secteurs résidentiels de Cholet. Ces lieux doivent faire l'objet d'une vigilance particulière, afin d'y préserver le cadre de vie des résidents.

Alors que les services de l'État et les associations de protection de l'environnement ont milité pour une interdiction totale de la publicité dans les zones résidentielles, les élus de Cholet ont cependant souhaité y maintenir la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires, mais avec les formats appliqués dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

La définition de la publicité est fixée par le Code de l'environnement et les différents supports sont ensuite traités dans la partie réglementaire. Dans le projet de RLPi, le mobilier urbain fait l'objet d'un traitement particulier en tant que catégorie spécifique de dispositif publicitaire, comme le sont par exemple les publicités scellées au sol ou murales.

Une différence de traitement au niveau national est à souligner. Par exemple, le Code de l'environnement ne fixe pas de règles de densité pour le mobilier urbain supportant de la publicité. Cela s'explique par le fait que les collectivités ont la maîtrise de ce qui peut s'implanter sur le domaine public.

Étant donné leurs objectifs différents, le projet de RLPi distingue la publicité supportée par le mobilier urbain et la publicité hors mobilier urbain. Le mobilier urbain répond à un besoin de service public (abris voyageurs, communication et information des habitants) et ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire. Inversement, les autres dispositifs publicitaires ont pour objet de supporter toute inscription, forme ou image destinée au public, à des fins commerciales. L'installation de la publicité, d'un format de 8 m<sup>2</sup>, sur mobilier urbain est certes autorisée, mais demeure soumise, au cas par cas, à l'accord de la collectivité.

Ayant pris connaissance du projet de décret portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement, l'AdC a, sans attendre son adoption, ajusté les surfaces maximales des publicités murales et scellées au sol. En fonction des zones, celles-ci seront ainsi de 4,70 m<sup>2</sup> ou de 10,50 m<sup>2</sup>, en conformité avec l'article 2 dudit décret.

Loin d'être marginal sur le territoire national, le seuil de 4,70 m<sup>2</sup> s'appliquera aux panneaux présents dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants de l'AdC, ainsi que dans la zone P2 de Cholet. De fait, cela ne devrait pas générer de frein aux campagnes de vos clients. J'ai le plaisir de vous informer que le projet de RLPi de l'AdC a été arrêté lors du Conseil de Communauté du 17 janvier dernier.

### 4.3 ATLANTIC-JURIS

Objet : Observations présentées au titre de la concertation préalable à l'élaboration du projet de règlement local de publicité intercommunal de L'AGGLOMERATION DU CHOLETAIS

Monsieur le Président. Le Groupe COCKTAIL VISION, auquel appartiennent les sociétés COCKTAIL DEVELOPPEMENT et PIXITY, et dont je suis le Conseil, me mandate pour vous faire part d'un certain nombre d'observations alors que le Conseil de Communauté de L'AGGLOMERATION DU CHOLETAIS a, par délibération du 17 février 2020, prescrit l'élaboration de son règlement local de publicité intercommunal (RLPi), défini les objectifs poursuivis par ce règlement et fixé les modalités de la concertation. La présente contribution, qui s'inscrit dans le cadre de la concertation préalable à l'élaboration du projet de RLPi, et dans la continuité de la réunion du 6 juillet dernier a pour premier objet d'attirer votre attention sur les avantages majeurs que présente l'affichage numérique pour garantir, comme le prévoit la loi, un juste équilibre entre, d'une part, les libertés du commerce et de l'industrie et d'expression et, d'autre part, la préservation du cadre de vie, soit les sujets centraux en matière de gestion et d'encadrement de la publicité dans l'espace public. Pour ce faire, vous me permettrez de vous présenter le Groupe COCKTAIL VISION, et plus globalement son secteur d'activité, (I) avant de vous alerter sur un certain nombre d'écueils à éviter dans le cadre du futur RLPi (II).

#### **I/ LE GROUPE COCKTAIL VISION: UN SPECIALISTE DE L’AFFICHAGE DYNAMIQUE URBAIN**

Le groupe COCKTAIL VISION est spécialisé dans l'affichage numérique et dans la commercialisation d'enseignes numériques. Il se positionne, aujourd'hui, comme l'un des leaders de l'affichage dynamique urbain. Par principe, les affichages numériques permettent de limiter les supports de communication, mais encore l'usage de papier et de colle, ce qui est naturellement loin d'être négligeable à bien des égards. Ils sont, par ailleurs, soumis à un certain nombre de prescriptions techniques adoptées sur le plan national. Sur le plan énergétique, les dispositifs utilisés sont des dispositifs leds, connus précisément pour leur vertu en matière de consommation énergétique. Il convient, en outre, de ne pas perdre de vue, que la technologie est en constante évolution et que la perspective de mise en place de panneaux autonomes sur le plan énergétique est une réalité. Le groupe COCKTAIL VISION a intégré cet objectif dans sa politique RSE.

Ces réalités font des affiches numériques des équipements modernes permettant aux acteurs économiques de soutenir leurs activités via la publicité nécessaire à leur notoriété tout en permettant, parallèlement, de faire effectivement disparaître les alignements de panneaux classiques 4x3 tels qu'ils se sont développés, pendant des décennies, dans de nombreux secteurs. En d'autres termes, l'affichage numérique permet, par essence, de maintenir une communication pour de nombreux acteurs économiques -souvent locaux puisque c'est le cœur de la clientèle du groupe COCKTAIL VISION- tout en limitant les supports de communication, puisque, techniquement, il permet la diffusion de multiples messages sur un seul et unique support. Vous conviendrez dès lors que l'affichage numérique est l'outil privilégié pour répondre aux objectifs que votre Etablissement a assignés à son RLPi et consistant à «limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie» et «adopter des dispositions plus respectueuses du cadre de vie applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes, adaptées au territoire intercommunal ». En outre, vous n'ignorez nullement que nombre des dispositifs sont utilisés pour la communication institutionnelle des collectivités locales mais encore qu'ils peuvent être mobilisés et l'ont déjà été dans le cadre des campagnes "alerte enlèvement" ou encore dans le cadre de campagnes de prévention routière. Cette utilisation s'est notamment concrétisée par la mobilisation de l'ensemble des

dispositifs du groupe COCKTAIL VISION pour relayer les prescriptions publiques dans le cadre de la gestion du COVID 19. Vous conviendrez dès lors que cette technique nouvelle constitue une véritable opportunité pour concilier les objectifs que sont, d'une part la préservation de l'environnement et du cadre de vie, et d'autre part la nécessaire communication commerciale comme support de développement économique. Ces éléments précisés et à l'aune des avantages qu'offre l'affichage numérique, il est bien évident que, pour l'élaboration des RLP, et sous peine de voir ceux-ci entachés d'illégalité, les autorités locales compétentes doivent prêter une particulière attention à la sauvegarde des libertés en jeu que sont la liberté du commerce et d'expression que ce soit des professionnels du secteurs ou des annonceurs.

## **II/ LE RESPECT DE LA LIBERTE DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE ET DE LA LIBERTE D'EXPRESSION**

Vous me permettrez ici de vous rappeler que le régime de la publicité numérique est d'ores et déjà réglementé par le Code de l'environnement (A), de telle sorte que, seule la caractérisation de l'enjeux locaux particuliers peut justifier que le RLPi que vous adopterez prévoie localement des règles plus strictes.

### **A- UN REGIME DEJA ENCADRE PAR LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT**

Il est significatif de retracer que le régime de la publicité numérique a précisément été appréhendé dans le cadre de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite Grenelle II, mais encore au travers du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes pris pour son application. Ces dispositions législatives et réglementaires ont été codifiées dans le Code de l'environnement aux articles L.581-1 et suivants et R.581-1 du dit Code qui traitent plus globalement du régime de la publicité des enseignes et préenseignes. Ceci relevé, l'appréhension de la publicité numérique par la Loi Grenelle II est l'illustration de l'attention particulière qui a été portée par le législateur et le pouvoir réglementaire à ces nouveaux équipements qui constituent, en réalité, une solution d'avenir qui permet un juste équilibre entre la nécessaire communication et la préservation du cadre de vie. A cet égard, l'article L.581-1 du Code de l'environnement, le premier qui régit la matière, rappelle, au titre des "principes généraux" applicables pour les "publicités enseignes et préenseignes", 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 et sous réserve des dispositions du présent chapitre." La liberté de publicité, en cela y compris la publicité numérique, est, de fait, une déclinaison, à la fois de la liberté du commerce et de l'industrie, et de la liberté d'expression.

Ceci précisé, les dispositions de l'article L.581-1 du Code de l'environnement sont donc les premières de celles codifiées dans ledit Code pour régir la publicité et qui constitue ensemble le premier chapitre "publicité, enseignes et préenseignes" du titre VIII "protection du cadre de vie" du livre V "prévention des pollutions, des risques et nuisances" dudit Code. Il s'agit donc d'un secteur d'activités d'ores et déjà strictement encadré par la loi. Les choses sont telles qu'à l'issue des travaux préparatoire de la loi climat il a été jugé que l'arsenal juridique en vigueur est bel et bien suffisant pour encadrer ce secteur d'activité novateur. Cet encadrement est d'ailleurs, en toute logique du livre V et de son titre VIII précités, tourné autour de la nécessaire conciliation entre, d'un côté les libertés du commerce et de l'industrie et d'expression et, de l'autre les limites qu'impose l'objectif de "protection du cadre de vie" que le législateur a fixé. Telle est la logique de l'article L.581-2 du Code de l'environnement qui prévoit:

“Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent chapitre fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toutes voies ouvertes à la circulation du public, au sens précisé par Conseil d'Etat”. Le Code de l'environnement s'attache ainsi à préserver les professionnels de la publicité numérique de toute atteinte disproportionnée qui pourrait être portée à leur liberté du commerce et de l'industrie. En effet, ce Code réserve aux auteurs des RLP la possibilité de restreindre le régime juridique de la publicité numérique qui en est issu, à la seule condition que la "protection du cadre de vie", identifiée au moyen d'enjeux locaux, puisse le justifier.

#### **B- LA CARACTERISATION D'ENJEUX LOCAUX EN TERMES DE PROTECTION DU CADRE DE VIE COMME CONDITION DE LA LEGALITE DES RESTRICTIONS ADDITIONNELLES IMPOSEES PAR LE RLPI**

L'attention particulière portée à la sauvegarde de la liberté du commerce et de l'industrie des professionnels de l'affichage numérique s'exprime au travers du rappel constant des juridictions de ce que les règles adoptées dans le cadre d'un RLP ne peuvent avoir que pour seule finalité la “protection du cadre de vie”. Aussi, et par exemple, elles sanctionnent le fait de retenir des enjeux de sécurité routière pour empêcher l'implantation de panneaux numériques. Ces enjeux n'entrant pas dans le champ de la police spéciale de la publicité qui a pour seule finalité la protection du cadre de vie. (CAA Bordeaux, 4 décembre 2018 ri°16BX03856) Il est donc impératif que le RLPI à intervenir identifie précisément les enjeux en termes de protection du cadre de vie de chaque partie du territoire qu'il couvre (1) et que les règles applicables dans ces différents secteurs soient strictement proportionnées de telle sorte que les professionnels de l'affichage numérique ne soient pas privés d'exercer leur métier sur le territoire de L'AGGLOMERATION DU CHOLETAIS.

##### *1- Des zones de publicité connectées aux enjeux locaux*

Si, dans certaines Zones, des règles plus restrictives que la réglementation nationale peuvent être envisagées, sans permettre la prohibition, au regard de cette appréhension des enjeux locaux (quartiers patrimoniaux, périmètre particulier à protéger.), les limitations à l'exercice du métier d'afficheur numérique dans certaines autres Zones définies de façon parfaitement générique (« grands axes », « axes structurants » « entrées de ville ») ne le seraient elles, nullement. De telles Zones présentent, par essence, des caractéristiques variées et par conséquent, en fonction des secteurs, des enjeux de "protection du cadre de vie" tout aussi divers au point que leur définition procéderait de toute évidence de l'erreur de droit et de l'erreur manifeste d'appréciation au regard de la finalité de la police spéciale de la publicité qui impose que puissent être appréhendés, in concreto, les enjeux associés. Il est, en effet, bien entendu que la problématique, en termes de protection du cadre de vie, serait, par exemple, tout à fait différente si “ le grand axe “ ou “ l'entrée de ville” par exemple donne ou se situe à proximité d'une Zone résidentielle ou si, au contraire, il/ elle traverse ou donne sur une zone industrielle ou une Zone commerciale dans lesquelles sont implantées, des vitrines, des enseignes, aux caractéristiques tout à fait similaires à celles que peuvent avoir les dispositifs de publicité, numérique notamment. Pour ne prendre que l'exemple des axes sur lesquels sont implantées les 3 faces que le groupe COCKTAIL VISION exploite sur le territoire couvert par le RLPI à approuver, serait injustifiée une restriction par rapport à la réglementation nationale sur les Route de Toutlemonde, Rue de la Lominière et Avenue des Sables à CHOLET, dès lors que ces voies s'intègrent dans un environnement de zones d'activités/ commerciale. Ainsi, alors que votre Etablissement a fait de ses objectif et orientation de «< Mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville » et d' «< Encadrer les dispositifs aux entrées de ville » il lui reviendra de ne pas soumettre à une



réglementation uniforme l'ensemble des secteurs constituant des entrées de ville, lesquels disposent nécessairement d'autant de problématiques différentes en termes de protection du cadre de vie. En définitive, et de manière plus générale, le RLPi de UAGGLOMERATION DU CHOLETAIS devra nécessairement appréhender avec rigueur les enjeux propres à chaque partie du territoire qu'il couvrira de manière à délimiter des Zones de publicité pertinentes au regard de l'objectif de " protection du cadre de vie".

## *2- Des règles préservant la possibilité pour les professionnels de l'affichage d'exercer leur métier*

Il est bien entendu que, alors même qu'il identifierait des secteurs à enjeux en termes de " protection du cadre de vie", le RLPi de L'AGGLOMERATION DU CHOLETAIS ne saurait légalement y édicter des règles qui interdiraient, -explicitement ou en pratique- les professionnels de l'affichage numérique d'exercer leur métier. A cet égard, l'un des outils à la disposition de L'AGGLOMERATION DU CHOLETAIS pour trouver le juste équilibre entre la préservation des libertés en jeux et celui de la préservation du cadre de vie, et dont votre Etablissement a parfaitement appréhendé le potentiel en se fixant pour objectif de << limiter la densité des dispositifs >> est la mobilisation des règles de densité pour, sans interdire, empêcher la prolifération de dispositifs de publicité extérieur, numérique notamment. C'est cet outil qui doit être mobilisé avec mesure et pragmatisme. A l'inverse, le RLPi ne saurait, par exemple, et sous peine de procéder à une interdiction de facto de l'affichage numérique, réduire, qui plus est de façon substantielle, le format standard de 8m2 consacré par l'article R. 581-41 du Code de l'environnement. C'est ainsi que l'orientation tendant à standardiser à 8 m2 la surface d'affichage de la publicité devra s'appliquer à toutes les formes de publicité, en cela, la publicité numérique comprise. De la même manière, le RLPi ne saurait favoriser les professionnels du mobilier urbain en appréhendant leur produit comme un support privilégié pour l'implantation de publicité numérique. Cette position révélerait une discrimination au bénéfice des rares opérateurs économiques capables d'associer la mise à disposition de mobilier urbain et la diffusion de publicité numérique et au préjudice corrélatif des acteurs de la publicité numérique proprement dite (au passage, et a nouveau, bien plus accessibles aux annonceurs locaux, que les diffuseurs nationaux qui réservent, pour l'essentiel, leurs réseaux aux marques nationales et internationales). Force est, en outre, de constater que le seul fait que les dispositifs de diffusion puissent être associés à du mobilier urbain ne change rien à la réalité des enjeux en termes de protection du cadre de vie au point qu'en pratique et en d'autres termes le RLP devra adopter des règles identiques pour l'ensemble des dispositifs de publicité numérique qu'ils soient ou non intégrés à du mobilier urbain. A noter, en outre que rien ne justifie, comme vous l'envisagez pourtant, de restreindre les horaires de diffusion par rapport à la règle nationale issue de l'article R 581-35 du Code de l'environnement, qui en fixe la plage d'extinction nocturne entre 1h et 6h du matin. En pratique, une telle restriction n'apporte objectivement aucune plus-value en termes de protection du cadre de vie. Force est en effet d'admettre que, soumise à des contraintes en termes d'intensité lumineuse, et modulable selon la luminosité extérieure, la publicité numérique dispose d'un impact nocturne similaire, si ce n'est inférieur à celui de l'éclairage public. Enfin, et puisque, comme sus-évoqué, mes clients équipent leurs panneaux d'affichage de capteurs solaires afin de les rendre énergétiquement autonomes, le RLPi à intervenir devra préserver cette technologie en n'interdisant pas les accessoires et structure visibles. Telles sont, Monsieur le Président, les observations que mes clients entendaient formuler dans le cadre de la concertation préalable à l'arrêt, puis l'approbation du RLPi de L'AGGLOMERATION DU CHOLETAIS.

Ils espèrent que vous aurez compris, à leur lecture, que l'économie numérique dont il est ici question impose l'adoption d'une réglementation constructive et équilibrée permettant effectivement son exercice, bien entendu dans les limites fixées par la loi, mais en écartant les dispositions qui auraient, insidieusement mais effectivement pour effet, et de façon parfaitement illégale, au regard notamment des articles L. 581-9 et L. 581-18 du Code de l'environnement, de la contraindre de façon disproportionnée.

### **Réponse de l'AdC**

Par courrier reçu en date du 15 septembre 2021, vous m'avez adressé une contribution, au nom du groupe Cocktail Vision dont vous êtes conseil, concernant le futur Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) de l'Agglomération du Choletais (AdC), et je vous en remercie.

Le développement des activités économiques et du commerce est une axe prioritaire dans la politique menée par l'AdC et la Ville de Cholet. Ceci ne peut cependant se faire sans garantir la qualité de vie des habitants du Choletais. C'est pourquoi l'élaboration du RLPI vise à trouver un juste équilibre entre d'un côté les objectifs de développement économique et les besoins d'identification et de communication, de l'autre les objectifs de préservation des paysages, du cadre de vie et de limitation de la pollution lumineuse.

Ainsi, différentes zones caractérisées par des dispositions plus ou moins restrictives mailleront le territoire, en fonction du tissu urbain qui les caractérisent. Les zones résidentielles auront par exemple des règles plus contraintes que les zones d'activités ou commerciales. Au sein des entrées de ville, secteurs qui constituent la première impression pour celui qui découvre le territoire, les dispositifs publicitaires devront être maîtrisés, en assurant une harmonisation des règles, afin de préserver la qualité du paysage urbain du Choletais.

Afin de limiter la pollution lumineuse, l'AdC et la Ville de Cholet ont mis en œuvre des horaires d'extinction de l'éclairage public. Le RLPI se doit donc d'être en cohérence avec cette politique.

En somme, à travers l'élaboration du RLPI, l'AdC veille à assurer une équité entre les besoins de l'ensemble des acteurs et sa stratégie.

## 4.4 LA SAUVEGARDE DE L'ANJOU

Vous nous avez invités à une présentation du règlement local de publicité intercommunal envisagé le 10 décembre dernier. Nous n'avons malheureusement pas pu nous rendre disponibles pour cette réunion et vous prions de bien vouloir nous en excuser.

La présentation adressée par courriel relative au projet envisagé suscite de notre part les remarques suivantes, que nous vous invitons à bien vouloir prendre en compte avant arrêt du projet.

### 1. Territoire hors Cholet

#### 1.1. Publicités

- Il est à relever que le zonage fait apparaître, à côté des zones de protection simple (ZPS), des zones de protection renforcée (ZPR) dont le périmètre s'avère particulièrement resserré. On s'étonne en particulier que les enjeux de patrimoine architectural cartographiés à la page 10 de la présentation ne trouvent *a priori* pas de traduction dans le règlement graphique. Il nous semble nécessaire de réinterroger le périmètre de ces ZPR afin de tenir compte de la réalité des enjeux patrimoniaux.

- Nous soutenons le choix d'interdire la publicité au sein des ZPR, dont le périmètre s'avère toutefois très restreint ainsi qu'il a été indiqué, conduisant à une interdiction de faible ampleur.

- La publicité murale est en revanche autorisée dans l'ensemble des ZPS, lesquelles comportent notamment des secteurs résidentiels, où la publicité n'a pas sa place. Nous demandons à ce que la publicité ne soit pas permise au sein de tels secteurs, le cas échéant en incluant ces derniers au sein des ZPR.

- La publicité effectuée sur mobilier urbain est autorisée dans les deux zones, se rapportant aux seules dispositions du règlement national de publicité. Étant à rappeler que ces dispositifs s'avèrent en général être de simples publicités scellées au sol ayant un intérêt public peu évident, nous demandons leur interdiction au sein des ZPR. Cette interdiction pourrait le cas échéant être aménagée s'agissant des abribus, qui présentent un intérêt public avéré.

- Nous soutenons fortement l'allongement de la période d'extinction des publicités lumineuses, mesure bénéfique tant pour les économies d'énergie que pour la biodiversité nocturne (idem pour le territoire de Cholet).

### 1.2. Enseignes

- Le zonage proposé nous étonne là aussi. En l'état, l'étroitesse du périmètre des ZPR, leur absence de correspondance avec les enjeux identifiés à la page 10 du rapport de présentation et avec le zonage retenu pour les publicités nous interpellent fortement. Comment expliquer par exemple que la totalité du territoire de Chanteloup-les-Bois, au sein de laquelle il n'est pas relevé d'enjeux patrimoniaux, est identifiée en ZPR, alors qu'aucun des secteurs à enjeux patrimoniaux de la partie est du territoire de la communauté de communes ne relève d'un tel zonage ? Sans doute des explications ont été données sur ce sujet lors de la réunion du 10 décembre, à laquelle nous n'avons pu assister. Nous serons attentifs aux explications contenues en ce sens dans le rapport de présentation.

- Il est regrettable que la ZPR n'apporte aucune gradation de contrainte par rapport à la ZPS s'agissant des enseignes murales, interrogeant quant à l'utilité même des ZPR.

- S'agissant des enseignes scellées au sol de plus de 1 m<sup>2</sup>, nous jugeons nécessaire de renforcer la règle issue du règlement national de publicité au sein des ZPR : la densité devrait y être de 1 enseigne par établissement et non par voie bordant l'établissement.

- S'agissant des enseignes scellées au sol de moins de 1 m<sup>2</sup>, il nous semblerait largement justifié d'exiger une densité au sein des ZPR afin de marquer l'ambition esthétique de la communauté de communes au sein de telles zones. Les oriflammes sont génératrices de nuisances esthétiques comme toute autre enseigne et méritent un encadrement restrictif au sein des zones à enjeux.

- L'autorisation d'enseignes numériques extérieures au sein des ZPS, c'est à dire de la quasi totalité du territoire, n'est pas pertinente car en décalage avec la réalité du territoire. Elle risque d'être génératrice d'incitations des commerçants concernés à se doter de tels dispositifs. Nous demandons leur interdiction.

- A l'instar de ce que nous avons indiqué pour les publicités, nous soutenons l'allongement proposé pour les horaires d'extinction des enseignes lumineuses (idem pour le territoire de Cholet).

## **2. Territoire de Cholet**

### **2.1. Publicités**

- Le zonage proposé nous semble a priori pertinent. Nous serons toutefois attentifs aux justifications de découpage formulées dans le rapport de présentation.

- Comme indiqué pour le reste du territoire, nous estimons que la publicité n'a pas sa place au sein des zones résidentielles. Nous demandons donc à ce que cette possibilité soit supprimée.

- Les dimensions retenues pour les publicités murales au sein des zones d'activité et commerciales nous semblent excessives (10,5 m<sup>2</sup>) et ne pas marquer d'amélioration significative par rapport à la situation actuelle régie par le règlement nationale de publicité (12 m<sup>2</sup>). Nous demandons à abaisser la surface autorisée à 8 m<sup>2</sup>.

- La publicité scellée au sol est également autorisée au sein des zones résidentielles, et ce selon les mêmes modalités que la publicité murale. Étant donné l'impact encore plus important de ces dispositifs, nous demandons évidemment la suppression pure et simple d'une telle possibilité.

- Nous soutenons en revanche fortement les interdictions (publicités murales et scellées au sol) prévues au sein du SPR, des entrées de ville et des zones naturelles et espaces boisés classés en agglomération.

- Les propositions formulées pour le mobilier urbain au sein des zones résidentielles (8 m<sup>2</sup>) sont inacceptables. Elles seront génératrices d'un fort impact visuel au sein des secteurs qui devraient être totalement préservés de la publicité. Comme indiqué *supra*, le mobilier urbain constitue sous la plupart de ses formes de la publicité maquillée, et ce particulièrement pour les dispositifs d'une surface si importante. Le retrait de cette possibilité constitue l'un des points durs du présent avis.

- La possibilité d'implantation de publicité numérique sur le mobilier urbain au sein du SPR constitue l'autre point dur de notre avis. Autoriser les dispositifs les plus nuisibles au sein d'un secteur présentant de tels enjeux nous semble contradictoire avec l'ensemble de la démarche motivant l'élaboration du RLPi par la communauté de communes. Nous demandons son retrait.

## 2.2. Enseignes

- La possibilité d'enseignes scellées au sol au sein du SPR n'est pas pertinente car nuira à la prise en compte des enjeux patrimoniaux de ce secteur.

- Nous demandons à ce que des règles de densité plus restrictives soient imposées pour les enseignes scellées au sol, avec une limite de 1 enseigne par établissement et non seulement par voie bordant l'établissement.

- Nous saluons l'interdiction des enseignes sur toitures.

- Les modalités retenues pour la publicité lumineuse nous semblent pertinentes.

- En revanche, celles retenues pour la publicité numérique au sein du SPR sont inacceptables, pour les raisons déjà évoquées s'agissant de la publicité numérique, et risquent de réduire à néant les règles par ailleurs édictées pour cette zone.

## **Réponse de l'AdC**

Par courrier en date du 16 décembre 2021, vous m'avez adressé vos observations sur le projet de règles du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de l'Agglomération du Choletais (AdC), et je vous en remercie.

Après étude de ces observations, l'AdC souhaite vous apporter des précisions complémentaires justifiant les choix de l'Agglomération.

Le RLPi résulte en effet de la volonté forte des élus d'être acteurs du développement de leur territoire et de se doter par conséquent d'un document de planification ambitieux, dont le règlement est la traduction. Le choix du scénario retenu résulte d'une forte mobilisation des élus, qui ont défini le projet de manière itérative et évolutive, au fil d'un nombre important de rencontres et d'échanges.

Le développement des activités économiques et du commerce est une axe prioritaire dans la politique menée par l'AdC et la Ville de Cholet. Ceci ne peut cependant se faire sans garantir la qualité de vie des habitants du Choletais. C'est pourquoi l'élaboration du RLPi vise à trouver un juste équilibre entre d'un côté les objectifs de développement économique et les besoins d'identification et de communication, de l'autre les objectifs de préservation des paysages, du cadre de vie et de limitation de la pollution lumineuse.

Ainsi, différentes zones caractérisées par des dispositions plus ou moins restrictives mailleront le territoire, en fonction du tissu urbain qui les caractérisent. Les secteurs résidentiels auront par exemple des règles plus contraintes que les zones d'activités ou commerciales. Au sein des entrées de ville, secteurs qui constituent la première impression pour celui qui découvre le territoire, les dispositifs publicitaires devront être maîtrisés, afin de préserver la qualité du paysage urbain du Choletais.

## 1 - Territoire hors Cholet

### 1.1 - Publicités

Les Zones de Protection Renforcée (ZPR) couvrant les zones naturelles agglomérées des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) et les Espaces Boisés Classés

(EBC), qui par nature sont assez peu présents dans les zones urbanisées, leur périmètre est de fait restreint.

Les zones agglomérées des communes de l'AdC comportant majoritairement des zones résidentielles, il n'est pas envisageable de les inclure au sein des ZPR. Toutefois, le Règlement National de Publicité (RNP) protège relativement bien les agglomérations de moins de 10 000 habitants. En outre, des règles supplémentaires seront demandées en matière de densité des panneaux et de retrait vis-à-vis des arêtes. Par ailleurs, le règlement écrit listera les communes qui ont souhaité interdire la publicité, exceptée sur mobilier urbain, dans les périmètres de protection des monuments historiques, à savoir Maulévrier, Le May-sur-Evre, La Séguinière, Somloire et la commune associée du Puy-Saint-Bonnet.

L'AdC va intégrer votre proposition sur la publicité commerciale en prescrivant l'interdiction de toute forme de publicité dans les ZPR.

Enfin, l'AdC prend note de votre satisfaction sur l'élargissement des d'horaires d'extinction des publicités lumineuses.

### 1.2 - Enseignes

Les ZPR couvriront des secteurs dont le caractère patrimonial et/ou paysager doit être préservé. Eu égard à la problématique du maintien des derniers commerces dans les espaces ruraux, les élus de l'AdC souhaitent faciliter l'installation des commerçants en limitant les contraintes, sachant en outre que les périmètres de protection des monuments historiques sont naturellement protégés par leur statut. Quant à la commune de Chanteloup-les-Bois, dont le territoire est fortement boisé, elle a souhaité mettre en place des règles plus restrictives sur la quasi totalité de son territoire.

Concernant votre remarque sur les enseignes murales, le RLPI, dans ses généralités, prévoit des dispositions visant à harmoniser l'installation des enseignes en fonction de l'architecture des façades.

Au sujet des enseignes scellées au sol de plus de 1 m<sup>2</sup>, les ZPR couvrant généralement les centres-bourgs avec des constructions à l'alignement, elles offrent donc peu d'opportunités d'installation pour de telles enseignes. De plus, les entrées bordant les carrefours, donc riveraines de deux voies, sont rares. L'AdC ne pense donc pas qu'il soit pertinent de durcir les dispositions du RNP, en termes de densité, sur ce type de dispositif. Toutefois, le RLPI prévoit des règles plus contraintes sur le format des enseignes scellées au sol de plus de 1 m<sup>2</sup>, en limitant leur surface à 4,5 m<sup>2</sup> et leur hauteur à 3 m.

Comme pour les enseignes scellées au sol de plus de 1 m<sup>2</sup>, les possibilités d'installer des dispositifs scellés au sol de moins de 1 m<sup>2</sup> en ZPR sont rares. L'implantation de ce type d'enseignes de faibles dimensions sur des parkings souvent enclavés ne nous semble pas nuire à la qualité du paysage urbain.

Toujours dans le souci de limiter les freins à l'installation des commerçants dans les communes rurales, les élus de l'AdC ont décidé d'autoriser les enseignes numériques. Par ailleurs, le Code de l'environnement régit ces dispositifs par les mêmes dispositions que celles concernant les enseignes lumineuses. Les règles relatives à l'implantation des enseignes par rapport à la nature des façades et celles contre l'éblouissement semblent suffisantes pour limiter leur impact.

Enfin, l'AdC prend note de votre satisfaction sur l'élargissement des d'horaires d'extinction des enseignes lumineuses.

## 2 - Territoire de Cholet

### *2.1 - Publicités*

L'AdC prend note de votre satisfaction sur le zonage proposé.

Au sujet de votre souhait que la publicité soit supprimée dans le secteur " zones résidentielles ", l'AdC va maintenir sa formulation initiale étant donné que ce secteur couvre la plus grande partie du territoire, sur lequel il n'est donc pas envisageable d'interdire toute forme de publicité. Pour autant, l'AdC est convaincue de la nécessité de limiter l'impact de cette dernière en réduisant fortement le format des panneaux publicitaires (4,7 m<sup>2</sup> contre 10,5 m<sup>2</sup> en zones d'activités ou commerciales).

Les dimensions retenues pour l'ensemble des publicités localisées au sein des zones d'activités ou commerciales sont effectivement de 10,5 m<sup>2</sup>. Cette surface inclut l'encadrement de l'affichage, qui sera lui d'une surface maximale de 8 m<sup>2</sup>. Par ailleurs, un projet de décret sur cette thématique est en cours de rédaction.

L'AdC prend note de votre satisfaction sur l'interdiction des publicités murales et scellées au sol dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR).

Comme évoqué plus haut, l'AdC veille à la qualité du paysage urbain dans les zones résidentielles. Les dispositifs de 8 m<sup>2</sup> que vous évoquez sont installés sur les axes principaux qui traversent ces zones, lesquels sont légitimes à supporter de tels formats.

Enfin, concernant les publicités numériques, sachez que le marché de mobilier urbain, qui vient d'être attribué, ne prévoit que 3 dispositifs numériques de petit format sur le territoire de Cholet, lesquels ne diffuseront que des informations institutionnelles. Cependant, en adéquation avec les enjeux du programme national *Action Cœur de Ville* dont elle bénéficie, la Ville de Cholet souhaite conserver la possibilité d'installer de la publicité numérique sur mobilier urbain dans son centre-ville. Il est ainsi envisagé de diffuser des messages visant à promouvoir le commerce de centre-ville, en informant le public des différentes opérations commerciales, de l'ouverture de nouveaux établissements, de la localisation de diverses activités, etc. La souplesse qu'apporte cette nouvelle technologie autorisera des campagnes plus nombreuses, souvent plus brèves et répondant quasi instantanément aux besoins des commerçants. Au final, cela impactera moins l'environnement que l'affichage classique (impression, colle, transport, etc.), d'autant plus que l'implantation de ce type de publicité sera sous le contrôle de la municipalité. En outre, un tel dispositif, répondant aux besoins de visibilité des commerçants, sera un argument pour les inviter à retirer leur " stop trottoir " devant le devanture, lesquels sont nuisibles à l'accessibilité et au paysage urbain.

## 2.2 - Enseignes

Comme pour les autres communes, le tissu urbain autorise rarement l'implantation d'enseignes scellées au sol au sein du SPR. Ces dispositifs peuvent toutefois être une alternative pour préserver des façades disposant d'un fort intérêt patrimonial. De plus, ils peuvent avoir leur utilité pour des commerces disposant de parking, comme les supermarchés de proximité. Leur format est en outre réduit à 2 m<sup>2</sup>, contre 8 m<sup>2</sup> en zones d'activités ou commerciales.

Les enseignes de moins de 1 m<sup>2</sup> seront ainsi limitées à une par voie bordant l'établissement signalé sur la zone E3, zone qui correspond au "reste du territoire" et qui couvre la majeure partie de la superficie de de la commune de Cholet.

Quant aux enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, elles devront respecter les dispositions prévues par le RNP. Toutefois, lorsque plusieurs activités se trouvent sur une unité

foncière, seule une enseigne scellée au sol pourra accueillir la signalétique de ces différents commerces.

L'AdC prend note de votre satisfaction sur l'interdiction des enseignes sur toiture, ainsi que sur les dispositions relatives aux enseignes lumineuses.

Enfin, concernant les enseignes numériques qui pourraient s'implanter dans le périmètre du SPR, l'AdC rappelle que le règlement de la Zone de Protection du Périphère Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP), qui régit le site patrimonial de la Ville de Cholet, est silencieux à ce sujet. Les élus ont toutefois voulu encadrer ces dispositifs en fixant une surface maximale et en rédigeant des règles sur l'aspect par rapport aux façades, sur l'éblouissement et sur l'extinction. Les différents échanges lors des ateliers ont mis en évidence les avantages de ce type de dispositif. Comme beaucoup d'autres villes, Cholet connaît un turn-over important de ses commerces de centre-ville. Un coffret numérique déjà installé limitera la succession de couches de signalétiques, posées les unes sur les autres lors des changements d'activités. Sur les friches commerciales, malgré la réglementation, les enseignes naturellement peu entretenues et donc disgracieuses, reste en place. Un coffret numérique sera juste éteint et nuira moins au paysage urbain. Les enseignes numériques sont aussi la solution aux commerces éphémères, concept qui se développe depuis plusieurs années. Enfin, les commerçants pourront diffuser davantage d'informations et leur vitrines seront moins envahies par la signalétique.



## 4.5 JC DECAUX



Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal  
décembre 2021

Agglomération du Choletais

### Remarques préliminaires :

Il est à rappeler que les collectivités maîtrisent l'installation du mobilier urbain sur leur domaine public.

- Type de mobiliers (format, technologie, design, couleur, nombre)
  - Emplacements
  - Conditions d'exploitation
- } définis dans le cadre du contrat public de mobiliers urbains

En outre, les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains permettent de financer l'information municipale, l'information culturelle et les abris-voyageurs.

- Un RLPi doit permettre au mobilier urbain de répondre aux souhaits de la collectivité concernée, ces derniers pouvant évoluer dans le cadre de contrats conclus sur de longues durées.
- Principe : dans l'hypothèse d'un RLPi favorable de principe à une exploitation publicitaire sur mobilier urbain, l'autorité compétente dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation et d'en maîtriser l'exploitation *via* contrat.

## I. Sur l'extinction des publicités lumineuses apposées sur mobilier urbain

Nous relevons l'intention de l'Agglomération du Choletais de soumettre le mobilier urbain publicitaire à l'extinction nocturne entre 22h et 7h (sauf pour les abris-voyageurs = fermeture-ouverture des lignes).

**Article P.I. - Horaires d'extinction**  
 Les publicités lumineuses y compris celles supportées par le mobilier urbain sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, exceptées celles supportées par les abris-voyageurs qui doivent être éteintes entre la fermeture et l'ouverture des lignes, il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Aucune publicité lumineuse ne doit, par son intensité ou la contenance excessive de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif, ou porter atteinte à l'environnement. La publicité lumineuse ne doit pas être éblouissante.

*Extrait du projet RLPI – réunion du 07/12/2021*

Or, à date, dans son article R.581-35, le Code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence, de même qu'à la publicité apposée sur mobilier urbain numérique dans la mesure où ses images demeurent fixes.

En outre, les juges ont pu juger que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations » (CE, 4 décembre 2013, req. n° 357839).

Enfin, le « projet de décret portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités et des enseignes et aux règles d'extinction des publicités et enseignes lumineuses » actuellement soumis à consultation du public par le Ministère de la transition écologique prévoit dans son article 3 de soumettre les publicités apposées sur le mobilier urbain à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport durant les heures d'ouverture desdits transports.

### Notre recommandation :

→ Tenir compte de ces prescriptions dans le futur projet de règlement et modifier le premier alinéa de l'article P.I comme suit :

« Article P.I : Horaires d'extinction  
 Les publicités lumineuses y compris celles supportées par le mobilier urbain sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, à l'exception de celles qui sont supportées par le mobilier urbain qui sont éteintes entre 1 heure et 6 heures et de exceptées celles supportées par les abris-voyageurs qui doivent être éteintes entre la fermeture et l'ouverture des lignes. »

## II. Remarques complémentaires

Nous relevons au projet la volonté de l'Agglomération du Choletais de limiter les possibilités d'implanter du mobilier urbain avec :

- Un format limité à 2m<sup>2</sup> et 3m de hauteur pour tout mobilier urbain en zone **Zone P3**
- Le maintien d'une hauteur maximale de 3m pour tout mobilier urbain, y compris les colonnes à défaut de précision, en **Zone P7**

=> **A noter, les colonnes d'affichage culturel présentent nécessairement des hauteurs supérieures à 3m.**

Article P.3.4.5 : Publicité supportée par le mobilier urbain  
 La publicité supportée par le mobilier urbain a une surface maximale de 2 mètres carrés.  
 La hauteur ne peut dépasser 3 mètres.

Article P.7.4 : Publicité supportée par le mobilier urbain  
 La publicité supportée par le mobilier urbain a une surface maximale de 2 mètres carrés, à l'exception des colonnes culturelles et des kiosques à vocation commerciale.  
 La hauteur ne peut dépasser 3 mètres.

- Une interdistance de 200 mètres entre 2 faces numériques sur le même axe en covisibilité à respecter en Zone P1 et ce, sans tenir compte de la spécificité du mobilier urbain sous contrôle de la collectivité gestionnaire ou propriétaire de son domaine public.

Article P.1.2 : Publicité numérique  
 La publicité numérique se conforme aux dispositions du RNP et aux articles P.F et P.1.2 de ce règlement. Une interdistance de 200 mètres entre 2 faces numériques sur le même axe en covisibilité est à respecter.

Pour rappel, les collectivités maîtrisent les installations de mobilier urbain sur leur domaine public : type de mobiliers (format, design, nombre) et emplacements définis dans le cadre de leur **contrat public**. Il est donc inutile que le futur RLPI prévoit des restrictions en matière de format/hauteur et d'implantation des mobiliers urbains publicitaires.

**Notre recommandation =>** modifier la rédaction des articles du projet de RLPI afin de tenir compte de la spécificité du mobilier urbain et préserver les colonnes culturelles :

- Article P.3.5 : « La publicité supportée par le mobilier urbain a une surface maximale de 2 mètres carrés. La hauteur ne peut dépasser 3 mètres à l'exception des colonnes culturelles ».
- Article P.7.4 : « La publicité supportée par le mobilier urbain a une surface maximale de 2 mètres carrés, à l'exception des colonnes culturelles et des kiosques à vocation commerciale. La hauteur ne peut dépasser 3 mètres à l'exception des colonnes culturelles ».
- Article P.1.7 : « La publicité numérique se conforme aux dispositions du RNP et aux articles P.F et P.1.2 de ce règlement. Une interdistance de 200 mètres entre 2 faces numériques sur le même axe en covisibilité est à respecter, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain ».

### *Réponse de l'AdC*

Par courrier en date du 22 décembre 2021, vous m'avez adressé une contribution concernant le futur Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) de l'Agglomération du Choletais (AdC), et je vous en remercie.

Après étude de ces observations, l'AdC souhaite vous apporter des précisions complémentaires justifiant les choix de l'Agglomération.

Le RLPI résulte en effet de la volonté forte des élus d'être acteurs du développement de leur territoire et de se doter par conséquent d'un document de planification ambitieux, dont le règlement est la traduction. Le choix du scénario retenu résulte d'une forte mobilisation des élus, qui ont défini le projet de manière itérative et évolutive, au fil d'un nombre important de rencontres et d'échanges.

Le développement des activités économiques et du commerce est une axe prioritaire dans la politique menée par l'AdC et la Ville de Cholet. Ceci ne peut cependant se faire sans garantir la qualité de vie des habitants du Choletais. C'est pourquoi l'élaboration du RLPI vise à trouver un juste équilibre entre d'un côté les objectifs de développement économique et les besoins d'identification et de communication, de l'autre les objectifs de préservation des paysages, du cadre de vie et de limitation de la pollution lumineuse.

Ainsi, différentes zones caractérisées par des dispositions plus ou moins restrictives mailleront le territoire, en fonction du tissu urbain qui les caractérisent. Les secteurs résidentiels auront par exemple des règles plus contraintes que les zones d'activités ou commerciales. Au sein des entrées de ville, secteurs qui constituent la première impression pour celui qui découvre le territoire, les dispositifs publicitaires devront être maîtrisés, afin de préserver la qualité du paysage urbain du Choletais.

### Remarques préliminaires

L'AdC rappelle qu'un RLP (ou RLPI) a justement pour vocation d'adapter le Règlement National de Publicité (RNP) aux spécificités du territoire qu'il couvre, en adoptant des dispositions plus restrictives. Il peut aussi permettre de réintroduire la publicité dans les zones interdites par le Code l'environnement, telles que les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR).

### I - Sur l'extinction des publicités lumineuses apposées sur mobilier urbain

La lutte contre la pollution lumineuse est un sujet sur lequel les élus de l'AdC sont pleinement investis, tant pour des questions d'économies d'énergie que de préservation de la biodiversité nocturne. La collectivité a ainsi engagé une gestion plus vertueuse de son éclairage public. Il serait ainsi incohérent d'autoriser la publicité lumineuse durant les horaires d'extinction de l'éclairage public.

De plus, la proposition d'allonger la plage d'extinction de la publicité et des enseignes de 22 heures à 7 heures a été approuvée à l'unanimité des communes de l'AdC.

Dans un souci d'équité, et comme le prévoit l'article 3 du projet de décret portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement, les élus ont souhaité que l'extinction soit la même pour l'ensemble des dispositifs lumineux. Cependant, la publicité sur mobilier urbain affectée aux transports pourra être éclairée pendant les horaires d'ouverture du service.

### II - Remarques complémentaires

De nombreux dispositifs publicitaires doivent, outre le Code de l'environnement, répondre aux dispositions de diverses réglementations (enseignes en saillie sur le domaine public, chevalets et mobilier urbain installés sur l'espace public devant être aussi conformes au Code de la voirie routière) et ainsi obtenir des autorisations émises par l'autorité de police avant toute installation. Le Code de l'environnement, par ses articles R.581-42 à R.581-47, encadre les conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire. Il apparaît donc légitime que le RLPI réglemente aussi ces dispositifs.

Vos remarques sur les colonnes culturelles sur les articles P.3.5 et P.7.4 sont pertinentes. L'AdC va ainsi réfléchir à une nouvelle écriture de ces articles en s'inspirant de vos propositions.

Vous souhaitez que la publicité numérique sur mobilier urbain soit exemptée de l'obligation de covisibilité de 200 m. Comme évoqué plus haut, les élus de l'AdC ont souhaité mettre en place un document équitable. De par sa nature, la publicité sur mobilier urbain se situe essentiellement le long des grandes axes routiers et au plus près de la chaussée. Pour des questions de sécurité et afin de respecter la volonté des élus de disposer d'un RLPI soucieux de limiter la pollution visuelle et lumineuse, l'AdC n'ira dans le sens de votre demande. C'est pourquoi le RLPI maintiendra la règle de covisibilité.

L'AdC tient d'ailleurs à rappeler que le RLPI prévoit de réintroduire la publicité sur mobilier urbain en centre-ville alors que la publicité ordinaire y est interdite, et d'autoriser pour celle-ci des formats plus importants en zone résidentielle que ceux admis pour l'affichage classique.

## 4.6 SNPE

L'accès à la communication extérieure est un outil indispensable au développement des activités économiques implantées dans l'agglomération de Cholet. Cholet est une ville avec de grosses industries de renommées nationale et internationales et de nombreuses petites et moyennes entreprises qui permettent à l'agglomération de connaître un dynamisme industriel.

Deux ensembles commerciaux d'envergure y sont implantés : L'Autre Faubourg en périphérie de ville et les Arcades Rougé en centre-ville. Ces ensembles s'ajoutent à celui des nombreux magasins d'usines, installés dans la commune proche de La Séguinière.

Le tourisme est également une activité importante de Cholet avec ses lieux de visite incontournables : Musée du Textile, Puy du Fou, Parc Oriental de Maulévrier... Du Moyen-âge aux Guerres de Vendée, en passant par l'essor de l'industrie textile, son patrimoine historique s'avère être aussi riche que varié.

**La communication extérieure permet de développer la compétitivité et la visibilité internationale de ces activités en valorisant leurs atouts respectifs, notamment en matière d'innovation et de recherche.**

### **Problématiques du RLPI et propositions d'assouplissements réglementaires**

- I. Les conséquences économiques du futur RLPI
- II. Le respect de la liberté de l'affichage
- III. Parité de traitement entre le domaine privé et le domaine public
- IV. Hauteur des dispositifs publicitaires scellés au sol
- V. ZP1 : principales zones d'activités et commerciales
- VI. ZP2 : principales zones résidentielles : Réintroduction des formats 4,7m<sup>2</sup> et 10,50m<sup>2</sup>
- VII. ZP3 : Site Patrimonial Remarquable (SPR) : Réintroduction de la publicité sur le domaine privé
- VIII. ZP4 : principales entrées de ville et ronds-points

## ENGAGEMENT VOLONTAIRE POUR UNE PUBLICITÉ PLUS RESPONSABLE

Le Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE) représente un panel diversifié d'entreprises allant de TPE à des PME de taille nationale qui exercent principalement leur activité dans les territoires.

Ces entreprises sont particulièrement impliquées dans le développement économique de proximité et attachées à la préservation du cadre de vie et de l'environnement de ces territoires.

Le SNPE s'est engagé en 2020 dans une politique d'amélioration sur 10 ans de l'impact environnemental de la publicité extérieure afin de tendre vers l'objectif de neutralité carbone en 2050.

Les objectifs de cette démarche se limitent aux objectifs nationaux mais sont ambitieux à l'échelle des entreprises concernées :

**Une réduction de 40 % des consommations énergétiques**

**Une réduction de 40 % des émissions de CO<sub>2</sub>**

**Le recyclage de 100 % des matériaux pour la fabrication et l'exploitation des mobiliers**

Ces engagements et les leviers permettant de les atteindre s'inscrivent déjà dans des actions concrètes de proximité.

A titre d'exemple d'après, ExteriorMedia, adhérent national du SNPE, se fournit exclusivement en Energie verte pour électrifier son parc et en mobiliers équipés de moteurs basse tension et éclairage LED, dont les composants sont recyclable à hauteur de 97%.

ExteriorMedia est en outre en mesure d'effectuer ponctuellement et à l'échelle d'une agglomération, en partenariat avec un cabinet indépendant et agréé, des bilans carbonés estimatifs de son exploitation afin d'identifier les leviers majeurs de réduction de l'empreinte carbone.

## LES CONSÉQUENCES ÉCONOMIQUES DU FUTUR RLPi

La communication extérieure connaît actuellement une crise sans précédent. Il s'agit d'une répercussion directe de la crise sanitaire qui a affecté la dynamique du marché publicitaire. En 2020, la publicité extérieure, tout secteur confondu, a vu son activité chuter de 33,3%. (Source : BUMP, mars 2021)

Dans le détail, l'affichage publicitaire baisse de -28,6%, la publicité numérique de -41,9%, la publicité dans les transports de -49,1%, le mobilier urbain de -24,4% et la publicité dans les centres commerciaux de -31,5%.

Si la publicité extérieure, l'un des médias les plus impactés par la crise sanitaire, se redresse néanmoins de +17% vs le S1 2020, elle reste toujours en régression de -32,9% vs S1 2019. (source : BUMP – 1<sup>er</sup> semestre 2021)

### Le marché publicitaire par média

recettes publicitaires des médias - S1 2019, S1 2020 et S1 2021 recettes digitales incluses en valeur nette	S1 2019		S1 2020		S1 2021		évolution S1 2021/ S1 2020		évolution S1 2021/ S1 2019	
	en millions €		en millions €		en millions €		en %		en %	
<b>5- publicité extérieure - OOH</b>	593	89	340	43	398	60	17,0%	39,2%	-32,9%	-33,0%
dont digital	171		110		119		8,8%	8,8%	-30,1%	-30,1%
outdoor	175		82		76		-6,0%	-6,0%	-55,4%	-55,4%
transport	201		127		172		35,0%	35,0%	-14,6%	-14,6%
mobilier urbain	46		21		31		48,6%	48,6%	-34,0%	-34,0%
shopping										



La publicité extérieure, l'un des médias le plus impacté par la crise sanitaire, a également accusé une perte -26% de son portefeuille d'annonceurs. Même constat pour la publicité numérique qui a perdu -34% d'annonceurs et 1/3 de son volume de créations publicitaires.

Cette situation de crise sanitaire sans précédent menace les quelques 15 000 d'emplois directs et indirects de notre secteur et fragilise notamment les entreprises de publicité extérieure.

La publicité extérieure est pourtant un Média de proximité qui permet aux acteurs économiques locaux, et notamment au secteur du tourisme très impacté par la crise sanitaire, 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 en sortie de crise sanitaire.

Elle apporte également des ressources non négligeables aux collectivités locales et participe au développement économique des territoires.

Tel qu'il est rédigé, ce RLP menace non seulement notre filière mais privera également la collectivité et les bailleurs privés d'importantes ressources financières.

Les entreprises de communication extérieure (publicité extérieure et enseignes) acquittent chaque année auprès des villes 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 de la commune 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 salaires ou de retraite.

La publicité extérieure est un média indispensable pour les collectivités locales, notamment pour contribuer à leur redémarrage économique, et un secteur qui doit être économiquement préservé.

## LE RESPECT DE LA LIBERTÉ D’AFFICHAGE

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, un règlement local de publicité se doit de 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 des communes, un régime excessivement contraignant notamment dans les secteurs commerciaux et le long des principaux axes de communication des communes nous paraît en revanche disproportionné.

Le projet de règlement est à cet égard non conforme à l'avis rendu par le Conseil d'Etat, qui 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).

Le Conseil d'Etat considère en effet :

« I. Dès lors que l'exercice de pouvoirs de police administrative est susceptible d'affecter des activités de production, de distribution ou de services, la circonstance que les mesures de police ont pour objectif la protection de l'ordre public ou, dans certains cas, la sauvegarde des intérêts spécifiques que l'administration a pour mission de protéger ou de garantir n'exonère pas l'autorité investie de ces pouvoirs de police de l'obligation de prendre en compte également la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence. Il appartient au juge de l'excès de pouvoir d'apprécier la légalité de ces mesures de police administrative en recherchant si elles ont été prises compte tenu de l'ensemble de ces objectifs et de ces règles et si elles en ont fait, en les combinant, une exacte application.

II. La réglementation locale de l'affichage en zone de publicité restreinte peut, en vertu de l'article 10 de la loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes, "déterminer dans quelles conditions et sur quels emplacements la publicité est seulement admise" et "interdire la publicité ou des catégories de publicité définies en fonction des procédés et dispositifs utilisés". Tout en ayant pour objectif la protection du cadre de vie, elle est susceptible d'affecter l'activité économique de l'affichage. Dès lors un maire, lorsqu'il réglemente cette activité dans une zone de publicité restreinte, doit prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence, dans les conditions mentionnées ci-dessus.

L'argument qui consisterait à soutenir que les différences de traitement qui sont instituées entre le domaine privé et le domaine public ne saurait être recevable. »

## PARITÉ DE TRAITEMENT DOMAINE PRIVE / DOMAINE PUBLIC

Tel qu'il nous est présenté, le projet de RLP engendre une discrimination de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé.

**Aux termes de l'article L.581-3 du code de l'environnement constituée de la publicité les dispositifs dont le « principal objet » est de recevoir des inscriptions, formes ou images, destinées à informer le public ou à attirer son attention.**

Les dispositions de cet article ne font pas de distinction entre des messages émanant des acteurs publics ou privés : tous constituent de la publicité à laquelle doivent également être assimilés les dispositifs dont le principal objet est de recevoir ces messages destinés à informer le public.

L'objet principal du mobilier urbain d'information de 2 m<sup>2</sup> est en tous points semblable à celui des dispositifs strictement publicitaires implantés sur le domaine privé puisqu'il s'agit également de délivrer un message destiné à informer le public.

Si les abris destinés au public et les kiosques à journaux ont un autre objet principal qui est d'abriter les voyageurs et de vendre de la presse, les autres catégories de mobilier urbain publicitaire ont uniquement pour objet de recevoir des inscriptions, formes ou images, qu'ils émanent de l'autorité concédante ou proviennent de la sphère économique.

Leur objet principal est bien, et uniquement, de communiquer de l'information. A la lecture de l'article L.581-3 du code de l'environnement, les mobiliers urbains d'information sont donc des dispositifs dont le principal objet est de recevoir des inscriptions, formes ou images destinées à l'information du public, qu'elles soient commerciales ou non.

Certes, au terme d'une jurisprudence constante du Conseil d'État, « Le principe d'égalité de traitement ne s'oppose pas à ce que l'autorité investie du pouvoir réglementaire règle de façon différente des situations différentes, pourvu que la différence de traitement qui en résulte soit en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit et ne soit pas manifestement disproportionnée au regard des différences de situation susceptibles de la justifier » (cf. p. ex. CE, 21 juin 2019, n° 420376).

Mais en l'espèce, l'argument qui consisterait à soutenir que des différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne saurait être recevable.

En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences, l'objet publicitaire de ces mobiliers répond aux exigences imposées à tous les publicitaires.

Ils ne peuvent donc qu'être soumis à la même réglementation.



Mobilier urbain publicitaire



Publicité scellée au sol sur domaine privé

## HAUTEUR DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SCELLES AU SOL

Article P.F. : Hauteur des dispositifs

La hauteur des dispositifs est limitée à 6 mètres par rapport à la voie ouverte à la circulation publique. Elle se calcule par rapport au point le plus haut de la voie la plus proche, au droit du dispositif.

Cette règle permet de maintenir une hauteur maximum et homogène pour éviter les dispositifs qui dépassent de la ligne d'horizon. Cette disposition est particulièrement préjudiciable sur le domaine privé au vu de la configuration des lieux.

PROPOSITION SNPE :

Limiter cette disposition aux talus SNCF

## ZP1 : principales zones d'activités et commerciales

L'implantation d'un dispositif publicitaire n'est autorisée que sur les unités foncières disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique dont le linéaire est supérieur ou égal à 30 mètres.

Nous suggérons la règle générale de densité suivante commune aux dispositifs publicitaires scellés au sol et sur support mural sans limitation de linéaire pour la publicité murale, mais assorti d'un linéaire minimal de 20 mètres pour être éligible à l'implantation d'un dispositif publicitaire scellé au sol.

### Proposition SNPE :

Densité : principe d'un unique dispositif par unité foncière

Unité foncière < à 20 mètres : 1 seul dispositif mural

Unité foncière > à 20 mètres : 1 seul dispositif mural ou scellé au sol

Un dispositif supplémentaire, qu'il soit mural ou scellé au sol, est admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 80 mètres. Une interdistance de 50 mètres est à respecter entre ces deux dispositifs.

## ZP2 : principales zones résidentielles

### Réintroduction des formats 4,7m<sup>2</sup> et 10,50m<sup>2</sup>

Le projet de décret du Ministère de la Transition Écologique, en cours de consultation publique, portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités sera adopté au premier trimestre 2022. Il relève à 4,7 m<sup>2</sup> la surface maximale des publicités murales non lumineuses dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (actuellement limitée à 4m<sup>2</sup>). « *Ce léger relèvement évite aux professionnels de devoir remplacer leurs panneaux existants. L'impact pour le cadre de vie de ces publicités de moindre taille est en effet moins prégnant du fait de leur adossement à une surface pleine*

Notamment en centre-ville, les emplacements publicitaires ont la particularité d'être commercialement accessibles aux acteurs économiques locaux qui disposent ainsi d'un outil de communication à leur échelle et indispensable à leur développement.

La limitation à 4 m<sup>2</sup> du format des publicités est particulièrement préjudiciable à notre activité. En effet, lorsqu'elles sont implantées sur le domaine privé et en recul de la voie publique, la taille excessivement réduite des publicités n'offre pas aux annonceurs une visibilité et une lisibilité suffisante.

La réduction du format des publicités à 4m<sup>2</sup> entraînerait donc, dans l'immense majorité des cas, leur suppression pure et simple des communes.



## ZP2 : principales zones résidentielles

### Réintroduction des formats 4,7m<sup>2</sup> et 10,50m<sup>2</sup>

Afin de conserver certains emplacements indispensables à notre activité commerciale et assurer une couverture publicitaire homogène et cohérente de l'agglomération, le SNPE suggère que la publicité sur support mural et scellée au sol soit admise au format 4,7 m<sup>2</sup> dans les communes de moins de 10 000 habitants (ZP7) et de 10,50m<sup>2</sup> dans la commune de Cholet (ZP2) à l'instar du régime applicable à la publicité sur mobilier urbain.

#### PROPOSITION SNPE :

Réintroduction du format 10,50 m<sup>2</sup> sur support mural et scellée au sol en ZP1 dans la commune de Cholet

Réintroduction du format 4,7m<sup>2</sup> sur support mural en ZP7 (communes de moins de 10 000 habitants )

## ZP3 : Site Patrimonial Remarquable (SPR) Réintroduction de la publicité sur le domaine privé

En SPR, seules les publicités sur mobiliers urbains sont admises jusqu'au format 2m<sup>2</sup> (hors moulures).

Afin de respecter une parité de traitement, le SNPE demande la réintroduction de la publicité sur le domaine privé en ZP3 au format 3 m<sup>2</sup> moulures comprises.

### PROPOSITION SNPE : RÉINTRODUCTION DE LA PUBLICITÉ EN SPR

En SPR, la publicité sur support mural et scellé au sol est admise au format 3m<sup>2</sup> et limitée à un seul dispositif par unité foncière.

## ZP4 : principales entrées de ville et ronds-points

Toute forme de publicité est interdite, **exceptée celle supportée par le mobilier urbain qui est autorisée sans limitation de format, soit jusqu'à 12 m<sup>2</sup> de surface de l'affiche, ni limitation en nombre.**

En lieu et place de cette disposition trop contraignante, nous suggérons de rappeler les dispositions de l'article R.581-31 du code de l'environnement qui dispose que les dispositifs scellés au sol « *sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.* »

Cette disposition s'applique à l'ensemble des affiches visibles d'une voie située hors agglomération, et donc d'une plaque d'agglomération, sans limitation de distance, ce qui a pour effet de répondre à la problématique de la commune en termes de protection du cadre de vie des entrées de la ville.

### PROPOSITION SNPE : REINTRODUCTION DE LA PUBLICITÉ EN ZP4

Afin de respecter une parité de traitement, le SNPE demande que la publicité sur le domaine privé soit réintroduite en ZP4 au format 10,50 m<sup>2</sup> et soumise à la règle de densité de la ZP1.

Protection des ronds-points : Pour les ronds-points, la zone d'interdiction englobe un rayon de 30 mètres à compter du centre des ronds-points.

## Réponse de l'AdC

Par courrier en date du 29 décembre 2021, vous m'avez adressé vos observations sur le projet de règles du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de l'Agglomération du Choletais (AdC), et je vous en remercie.

Après étude de ces observations, l'AdC souhaite vous apporter des précisions complémentaires justifiant les choix de l'Agglomération.

Le RLPi résulte en effet de la volonté forte des élus d'être acteurs du développement de leur territoire et de se doter par conséquent d'un document de planification ambitieux, dont le règlement en est la traduction. Le choix du scénario retenu résulte d'une forte mobilisation des élus, qui ont défini le projet de manière itérative et évolutive, au fil d'un nombre important de rencontres et d'échanges.

Le maintien des activités économiques et du commerce est une axe prioritaire dans la politique menée par l'AdC et la Ville de Cholet. Les élus doivent toutefois répondre à l'ensemble des autres enjeux. C'est pourquoi l'élaboration du RLPi vise à trouver un juste équilibre entre d'un côté les objectifs économiques et les besoins de communication, de l'autre les objectifs du Code de l'environnement tels que la préservation des paysages et du cadre de vie ou encore la limitation de la pollution lumineuse.

Ainsi, différentes zones caractérisées par des dispositions plus ou moins restrictives mailleront le territoire. Les secteurs résidentiels auront par exemple des règles plus contraintes que les zones d'activités ou commerciales. Au sein des entrées de ville, secteurs qui constituent la première impression pour celui qui découvre le territoire, les dispositifs publicitaires devront être maîtrisés, afin de préserver la qualité du paysage urbain du Choletais.

### I - Parité de traitement domaine privé / domaine public

La définition de la publicité est fixée par le Code de l'environnement et les différents supports sont ensuite traités dans la partie réglementaire. Dans le projet de RLPi, le mobilier urbain fait l'objet d'un traitement particulier en tant que catégorie spécifique

de dispositif publicitaire, comme le sont par exemple les publicités scellées au sol ou murales.

Une différence de traitement au niveau national est à souligner. Par exemple le Code de l'environnement ne fixe pas de règles de densité pour le mobilier urbain supportant de la publicité. Cela s'explique par le fait que les collectivités ont la maîtrise de ce qui peut s'implanter sur le domaine public.

Étant donné leurs objectifs différents, le projet de RLPi distingue la publicité supportée par le mobilier urbain et la publicité hors mobilier urbain. Le mobilier urbain répond à un besoin de service public (abris voyageurs, communication et information des habitants) et ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire. Inversement, les autres dispositifs publicitaires ont pour objet de supporter toute inscription, forme ou image destinée au public, à des fins commerciales. L'installation de mobilier urbain est soumise, au cas par cas à l'accord de la collectivité, préservant ainsi le domaine public d'implantations intempestives. C'est pourquoi, dans certaines zones définies par le RLPi, le mobilier urbain est réglementé de manière moins contraignante, afin de répondre aux besoins en communication de la collectivité.

## II - Hauteur des dispositifs publicitaires scellés au sol

Afin de préserver la qualité du paysage urbain du territoire, les élus de l'AdC ont souhaité encadrer la hauteur des dispositifs publicitaires. Cette dernière sera ainsi calculée non seulement par rapport au terrain naturel, au pied des panneaux, mais aussi vis-à-vis du point le plus haut des chaussées les plus proches.

Toutefois, de par la hauteur conséquente des talus bordant certains axes routiers, cette mesure peut freiner l'installation de dispositifs sur le domaine privé.

Suite à votre remarque et afin de prendre en compte la topographie du territoire, l'article P.F du règlement a été modifié comme suit : *"Aucun point des dispositifs publicitaires muraux ou scellés au sol ne peut s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Leur hauteur est également limitée à 9 mètres par rapport à la voie ouverte à la circulation publique. Elle se calcule par rapport au point le plus haut de la voie la plus proche, au droit du dispositif"*.

## III - ZP1 : Principales zones d'activités ou commerciales

La zone P1 comprend les principales zones d'activités ou commerciales et les principaux équipements sportifs ou culturels. Le secteur couvre un tissu urbain dont les unités foncières ont des façades longeant les voies, rarement inférieures à 30 mètres linéaires, ce qui impactera finalement peu la possibilité d'installation de panneaux.

Pour rappel, ces règles de densité sont similaires à celles du RLP actuel de la Ville de Cholet, document élaboré en 2008. Ces dispositions ne devraient donc pas générer des déposes de panneaux.

## IV - ZP2 : Principales zones résidentielles

Ayant pris connaissance du projet de décret portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement, l'AdC a, sans attendre son adoption, ajusté les surfaces maximales des publicités murales et scellées au sol. En fonction des zones, celles-ci seront ainsi de 4,70 m<sup>2</sup> ou de 10,50 m<sup>2</sup>, en conformité avec l'article 2 dudit décret.

Ayant pris connaissance du projet de décret portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement, l'AdC a, sans attendre son adoption, ajusté les surfaces maximales des publicités murales et scellées au sol. En fonction des zones, celles-ci seront ainsi de 4,70 m<sup>2</sup> ou de 10,50 m<sup>2</sup>, en conformité avec l'article 2 dudit décret.

Le seuil de 4,70 m<sup>2</sup> s'appliquera aux panneaux présents dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ainsi que dans la zone P2 de Cholet, laquelle correspond aux principaux secteurs résidentiels de la ville. Ces lieux doivent en effet faire l'objet d'une vigilance particulière, afin d'y préserver le cadre de vie des résidents. Alors que les services de l'État et les associations de protection de l'environnement ont milité pour une interdiction totale de la publicité dans les zones résidentielles, les élus de Cholet ont cependant souhaité maintenir la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires dans la zone P2.

#### V - ZP3 : SPR

Les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) sont des outils qui réglementent fortement les secteurs patrimoniaux ou paysagers identifiés sur un territoire. Le Code de l'environnement interdit la publicité dans leur périmètre, tout en autorisant les collectivités couvertes par un RLP à la réintroduire.

Afin de soutenir les acteurs économiques du territoire et permettre la diffusion de l'information locale, une réintroduction de la publicité dans ce secteur a été souhaitée par les élus de l'AdC. Toutefois, celle-ci doit être mesurée, afin de tenir compte des observations des autres parties prenantes (Architecte des Bâtiments de France, services de l'État, associations de protection de l'environnement, etc.). C'est pour cette raison qu'au sein du SPR, les élus de Cholet ont souhaité maintenir la possibilité d'installer de la publicité seulement sur mobilier urbain. La surface maximale de cette dernière ne sera que de 2 m<sup>2</sup>. Pour rappel, la collectivité maîtrise totalement l'installation du mobilier urbain sur son domaine public.

La nature du tissu urbain présent à l'intérieur du SPR offrant peu d'opportunités pour installer des panneaux sur le domaine privé (façades à l'alignement, peu de murs aveugles), il a été décidé de ne pas autoriser ce type de dispositif. L'impact de cette interdiction sera donc marginal.

En outre, plusieurs périmètres de protection de 500 mètres de rayon autour des monuments historiques existent en dehors du SPR. Il a été souhaité de n'y introduire aucune contrainte particulière autre que celles définies par le zonage publicitaire dans lequel ces périmètres se situent et par les règles de covisibilité fixées par les Architectes des Bâtiments de France (ABF).

#### VI - ZP4 : Principales entrées de villes et ronds-points

La protection des entrées de ville, secteurs particulièrement fragiles et à fort enjeu d'image, fait partie des orientations adoptées par les élus de l'AdC le 19 juillet 2021.

Pour autant, la publicité s'installe dans les lieux générant le plus de passages : le long des axes routiers les plus empruntés et à proximité des grandes zones d'activités ou commerciales, lesquelles se trouvent majoritairement aux entrées de ville. Or les élus souhaitent conserver l'attractivité et le dynamisme de ces dernières.

Afin de concilier ces deux enjeux, il a été décidé de maintenir 4 zones de protection aux entrées de ville. Pour information, le RLP actuel en fixe 8. Lorsqu'elles traversent des zones d'activités, ces protections aux entrées de ville entrent peu profondément dans l'agglomération. De plus, elles sont calculées à partir de l'axe de la chaussée. La plupart de ces entrées étant des 2x2 voies, cela réduit fortement le périmètre de ces secteurs restrictifs.

Suite à votre remarque, les élus de l'AdC ont décidé d'abandonner la protection initialement mise en place sur les grands axes et les ronds-points, mais aussi de diminuer à 2 m<sup>2</sup> la surface maximale du mobilier urbain en entrées de villes. Par ailleurs, il n'est actuellement pas envisagé de diffuser de messages commerciaux sur ces dispositifs.

J'ai le plaisir de vous informer que le projet de RLPI de l'AdC a été arrêté lors du Conseil de Communauté du 17 janvier 2022.

## 4. Délibérations du Conseil Communautaire

5-1 Séance du lundi 17 janvier 2022



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS  
DU CONSEIL DE COMMUNAUTE  
SEANCE DU LUNDI 17 JANVIER 2022

Le dix sept janvier deux mille vingt deux, à dix-huit heures trente, les représentants de l'Agglomération du Choletais, légalement convoqués le onze janvier deux mille vingt deux, se sont réunis à la Salle des Fêtes, Esplanade de la Grange, Avenue Anatole Manceau à Cholet.

Etaient présents :

Gilles BOURDOULEIX : Président.

Michel VIAULT, Alain PICARD, Jacqueline DELAUNAY, Isabelle LEROY, Guy SOURISSEAU, Sylvie ROCHAIS, Cédric VAN VOOREN, Jean-Paul BREGEON, Jean-Paul OLIVARES, Sylvain APAIRE, Pierre-Marie CAILLEAU, Patrick PELLOQUET, Médéric THOMAS, Xavier TESTARD, Pascal BERTRAND : Vice-Présidents.

Florence DABIN, Olivier VITRÉ, Florence JAUNEAULT, Sylvain SENECAILLE, Sylvie BARBAULT, Guy BARRÉ, Josette GUITTON, Dominique LANDREAU, Annick JEANNETEAU, Dominique HERVÉ, Natacha POUPET-BOURDOULEIX, Dominique SECHET, Laurence TEXEREAU, Christophe PIET, Frédéric PAVAGEAU, Gérard PETIT, Patrice BRAULT, Philippe BERNARD, Florent BARRÉ, Olivier RIO, Serge LEFEVRE, Ammar HADJI : Conseillers Délégués.

Charline ABELLARD-COLINEAU, Olivier BAGUENARD, Jean-François BAZIN, Franck CHARRUAU, Murielle COURTAY, Guy DAILLEUX, François DEBREUIL, Ingrid FERCHAUD, Elisabeth HAQUET, Kai-Ulrich HARTWICH, Patricia HERVOUET, Marie-Noëlle JOBARD, Marie-Françoise JUHEL, Laurent JUTARD, Franck LOISEAU, Evelyne PINEAU, Patricia RIGAUDEAU, Sylvie TOLASSY : Conseillers.

Absents excusés :

Sébastien CRÉTIN (Ayant donné procuration à Olivier RIO), Louis-Marie GUETTÉ (Ayant donné procuration à Sylvain APAIRE) : Conseillers délégués.

Philippe ALGOET (Ayant donné procuration à Médéric THOMAS), Vanessa BERNIER (Ayant donné procuration à Marie-Françoise JUHEL), Astrid FRAPPIER (Ayant donné procuration à Guy BARRÉ) : Conseillers.

Monsieur Gilles BOURDOULEIX ne participe pas au vote, Monsieur Michel VIAULT est désigné pour remplir les fonctions de secrétaire de séance,

Votants : 60, Pour : 55, Contre : 0, Abstention : 5, Ne participe(nt) pas au vote : 1.

V-2

## CONSEIL DE COMMUNAUTE

SEANCE DU 17 JANVIER 2022

ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI) -  
BILAN DE LA CONCERTATION ET ARRÊT DE PROJET

Par délibération n° VI-2 en date du 17 février 2020, le Conseil de Communauté a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) sur l'intégralité du territoire de l'Agglomération du Choletais (AdC). Les objectifs et les modalités de la concertation avec le public ont alors été définis.

Pour rappel, seule la Ville de Cholet dispose aujourd'hui d'un Règlement Local de Publicité (RLP), ce qui lui permet d'adapter localement les règles du Règlement National de Publicité (RNP) telles qu'elles sont issues du code de l'environnement.

Les autres communes de l'AdC sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité (RNP), lesquelles sont relativement adaptées aux communes de moins de 10 000 habitants. Néanmoins, pour ces communes, l'élaboration du RLP à l'échelle intercommunale constitue une opportunité de réfléchir également à l'intérêt d'adapter la réglementation nationale aux spécificités de leur territoire.

La phase de diagnostic, finalisée en juin 2021, a permis de réaliser un état des lieux de la publicité extérieure, mais aussi de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Forts de ce bilan, les élus de l'AdC ont ensuite déterminé 16 orientations, qui constituent le socle du futur règlement. Un débat sur ces orientations a ainsi eu lieu au sein du Conseil de Communauté le 19 juillet 2021. Le règlement a alors été rédigé dans le respect de celles-ci.

BILAN DE LA CONCERTATION

Le projet de RLPI a fait l'objet d'une communication et d'une concertation, depuis sa prescription jusqu'au 7 janvier 2022.

Cette concertation a été conduite :

- avec les élus du territoire, notamment à travers les 3 groupes de travail,
- avec les acteurs économiques locaux, les sociétés de publicité extérieure et les associations de protection de l'environnement par le biais des réunions de concertation
- avec les habitants, à travers les réunions publiques de novembre/décembre 2021, les articles dans le journal intercommunal ou encore l'alimentation régulière du site internet de l'AdC.

L'élaboration du RLPI a également été menée en étroite collaboration avec les Personnes Publiques Associées (PPA) : État, Région, Département, chambres consulaires, collectivités limitrophes, etc. L'organisation de plusieurs réunions de partage a ainsi pu permettre à chacun de faire part de ses observations et d'enrichir les réflexions tout au long de la démarche.



Globalement, la séquence de la concertation montre une faible implication du public, des acteurs économiques locaux, des sociétés de publicité extérieure et des associations de protection de l'environnement, comme en témoigne le peu de remarques portées sur les registres mis à disposition à l'accueil des mairies ou sur l'adresse mail. En réalité, seules les personnes directement impliquées au titre de leur compétence (Personnes Publiques Associées) ou de leur activité (professionnels) se sont manifestées.

Ainsi, le projet de RLPI a été élaboré dans le respect des modalités de concertation du public fixées par la délibération du Conseil de Communauté en date du 17 février 2020.

#### ARRÊT DU PROJET DE RLPI

Le dossier du RLPI est constitué d'un rapport de présentation, d'un règlement et d'annexes,

Sur la base d'un diagnostic, dont les principaux éléments sont présentés en annexe 1, des secteurs à enjeux ont été identifiés :

- le patrimoine naturel,
- le patrimoine architectural,
- les axes routiers structurants,
- les zones d'activités économiques et commerciales.

Les orientations retenues ont été débattues au sein du Conseil de Communauté et sont exposées en annexe 1.

Afin de croiser la mise en œuvre de ces orientations et les secteurs à enjeux, un zonage a été défini et des règles y ont été associées. Ainsi, le règlement délimite 7 zones en matière de publicité et 5 zones en matière d'enseignes. Les zones sont précisées en annexe 1.

La réglementation qui s'appliquera à ces zones veille autant que possible à s'appuyer sur le zonage envisagé au Plan Local d'Urbanisme Intercommunal (PLUI). Une cohérence d'ensemble du dispositif réglementaire est recherchée sur l'ensemble de l'AdC afin d'assurer une meilleure gestion de l'affichage publicitaire, de faciliter la mise en œuvre des pouvoirs de police et de gestion des autorisations et d'éviter les phénomènes de report de la publicité extérieure vers des communes voisines où les règles seraient plus " favorables ".

Par l'ensemble de son contenu, le projet de RLPI tel que présenté, remplit les objectifs fixés par la délibération précitée.

Dès lors, il est proposé au Conseil de Communauté, conformément aux dispositions de l'article R. 153-3 du code de l'urbanisme, de tirer le bilan de la concertation préalable tel que présenté en annexe 1 et d'arrêter le projet de RLPI tel qu'il est présenté en annexe 2.

Le Conseil de Communauté,

Vu le code général des collectivités territoriales, et notamment son article L. 5211-1,

Vu le code de l'environnement, et notamment ses articles L. 581-7 à L. 581-9, L. 581-14 à L. 581-14-3, L. 581-43, R. 341-16 à R. 341-18, R. 341-21 et R. 581-72 à R. 581-79,

Vu le code de l'urbanisme, et notamment ses articles L. 103-2 à L. 103-6, L. 153-8, L. 153-14 à L. 153-17 et R. 153-3 à R. 153-5,

Vu la délibération n° VI-2 du Conseil de Communauté en date du 17 février 2020 prescrivant l'élaboration du RLPI de l'Agglomération du Choletais et définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation du public,

Vu la délibération n° V-6 du Conseil de Communauté en date du 19 octobre 2020 définissant les modalités de collaboration avec les communes membres,

Vu la délibération n° V-5 du Conseil de Communauté en date du 19 juillet 2021 actant de la tenue d'un débat sur les orientations du RLPI,

Considérant la séquence de concertation mise en œuvre pour permettre à chacun de faire part de ses observations et d'enrichir les réflexions tout au long de la démarche,

**Décision TA Nantes E22000013 / 49**  
**Règlement local de publicité intercommunal**  
**EP du vendredi 22 avril 2022 au mercredi 25 mai 2022**

Considérant qu'il appartient au Conseil de Communauté de tirer le bilan de la concertation et d'arrêter le projet de RLPI,

Vu l'avis favorable de la commission " Aménagement de l'Espace " en date du 4 janvier 2022,

Après en avoir délibéré, à l'unanimité des suffrages valablement exprimés,

**DECIDE**

Article 1 : de tirer le bilan de la concertation préalable tel qu'il est exposé en annexe 1, regardé comme favorable et permettant d'arrêter le projet.

Article 2 : d'arrêter le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) tel qu'il est présenté en annexe 2.

Article 3 : d'indiquer que le projet de RLPI fera l'objet des consultations requises par l'article L. 153-16 du code de l'urbanisme et par l'article R. 341-16 du code de l'environnement.

Article 4 : d'autoriser le Président à prendre et signer tous les actes nécessaires à la mise en œuvre de l'enquête publique.

Extrait de la présente délibération  
affiché le 24/01/2022 à l'Hôtel  
d'Agglomération, en exécution des  
dispositions des articles L. 5211-1  
L. 2121-25 et R. 2121-11 du code  
général des collectivités  
territoriales

Pour extrait conforme,

Michel VIAULT  
Premier Vice Président

Michel VIAULT  
Premier Vice Président

Transmis à la  
Sous-Préfecture de Cholet  
Le 18 janvier 2022  
Agglomération du Choletais

## 5. Tableau récapitulatif des mesures complémentaires de publicité

RLPI - PUBLICITÉ POUR L'ENQUÊTE PUBLIQUE													
	BULLETIN MUNICIPAL		FACEBOOK		INTRAMUROS		SITE INTERNET		AFFICHE		COMMENTAIRES		
	Date de parution	Preuve transmise	Date de parution	Preuve transmise	Date de parution	Preuve transmise	Date de parution	Preuve transmise	Date d'affichage	Preuve transmise			
BEGROLLES-EN-MAUGES					06/04/22	OUI	07/04/22	OUI	06/04/22	OUI			
CERNUSSON							/	/	07/04/22	OUI	+ Panneau lumineux		
LES CERQUEUX			22/04/22	OUI			22/04/22	OUI	07/04/22	OUI			
CHANTELOUP-LES-BOIS	01/04/22	OUI							06/04/22	OUI			
CHOLET	01/05/22	OUI	22/04/22	OUI			06/04/22	OUI	06/04/22	OUI	+ LinkedIn		
CLERÉ-SUR-LAYON	/	/					/	/	06/04/22	OUI			
CORON	01/04/22	OUI							07/04/22	OUI			
LYS-HAUT-LAYON					28/04/22	OUI			07/04/22	OUI			
MAULÉVRIER									05/04/22	OUI			
LE MAY-SUR-ÈVRE					12/04/22	OUI			05/04/22	OUI			
MAZIÈRES-EN-MAUGES	01/04/22	OUI			24/03/22	OUI	24/03/22	OUI	06/04/22	OUI			
MONTILLIERS					05/04/22	OUI	05/04/22	OUI	05/04/22	OUI	+ City All		
NUAILLÉ									06/04/22	OUI			
PASSAVANT-SUR-LAYON	/	/					/	/	06/04/22	OUI			
LA PLAINE					28/04/22	OUI			05/04/22	OUI			
LA ROMAGNE	01/04/22	OUI							07/04/22	OUI			
SAINTE-CROIX-DE-BOIS			07/04/22	OUI			07/04/22	OUI	07/04/22	OUI			
SAINTE-LÉGER-SOUS-CHOLET	01/04/22	OUI							06/04/22	OUI			
SAINTE-PAUL-DU-BOIS	01/03/22	OUI							06/04/22	OUI			
LA SÉGUINIÈRE	01/04/22	OUI							06/04/22	OUI			
SOMLOIRE									05/04/22	OUI			
LA TESSOUILLE			22/03/22	OUI			28/04/22	OUI	06/04/22	OUI			
TOUTLEMONDE	01/04/22	OUI					05/04/22	OUI	06/04/22	OUI			
TRÉMENTINES	01/04/22	OUI	07/04/22	OUI			06/05/22	OUI	05/04/22	OUI	+ Instagram		
VEZINS							28/04/22	OUI	06/04/22	OUI			
YZERNAY					05/04/22	OUI	05/04/22	OUI	07/04/22	OUI			