

Communauté de communes
Questembert Communauté



**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
INTERCOMMUNAL (RLPI)**

Tome 1a : Rapport de présentation

*Prescrit par le Conseil Communautaire le 8 février 2021
Arrêté par le Conseil Communautaire le 20 février 2023
Approuvé par le Conseil Communautaire le 11 décembre
2023*

Table des matières

Table des matières.....	2
Introduction	4
Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure.....	7
1. Définitions.....	8
a) <i>Le Règlement Local de Publicité intercommunal.....</i>	<i>8</i>
b) <i>Les dispositifs visés par le code de l'environnement.....</i>	<i>8</i>
c) <i>La notion de surface unitaire.....</i>	<i>10</i>
d) <i>La notion d'agglomération.....</i>	<i>10</i>
e) <i>La notion d'unité urbaine</i>	<i>14</i>
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	14
a) <i>Les interdictions absolues.....</i>	<i>14</i>
b) <i>Les interdictions relatives</i>	<i>18</i>
3. Règles applicables au territoire intercommunal.....	20
a) <i>La réglementation locale.....</i>	<i>20</i>
b) <i>Le Parc Naturel Régional (PNR) du Golfe du Morbihan</i>	<i>20</i>
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	22
c) <i>L'autorisation préalable.....</i>	<i>22</i>
d) <i>La déclaration préalable.....</i>	<i>22</i>
5. Compétences en matière de publicité extérieure	23
6. Délais de mise en conformité	23
Enjeux liés au parc local de publicité extérieure.....	24
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes	24
a) <i>Généralités</i>	<i>24</i>
b) <i>Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain</i>	<i>24</i>
c) <i>Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....</i>	<i>29</i>
d) <i>Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture</i>	<i>30</i>
e) <i>La densité publicitaire</i>	<i>32</i>
f) <i>Les bâches publicitaires.....</i>	<i>33</i>
g) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales</i>	<i>34</i>
h) <i>Les dispositifs de dimension exceptionnelle</i>	<i>35</i>
i) <i>Les autres dispositifs de publicité</i>	<i>35</i>
j) <i>Les publicités et préenseignes lumineuses</i>	<i>36</i>
2. Les enjeux en matière d'enseignes.....	40
a) <i>Généralités</i>	<i>40</i>
b) <i>Les enseignes parallèles au mur.....</i>	<i>41</i>
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur.....</i>	<i>45</i>
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale.....</i>	<i>47</i>
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	<i>48</i>
f) <i>Les enseignes sur clôture.....</i>	<i>54</i>
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.....</i>	<i>54</i>
h) <i>Les enseignes lumineuses.....</i>	<i>56</i>
i) <i>Les enseignes temporaires</i>	<i>59</i>
Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure	62
1. Les objectifs	62
2. Les orientations.....	62
Justification des choix retenus	63
1. Le zonage en matière de publicités et préenseignes.....	63
2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	65
3. Le zonage en matière d'enseigne	66
4. Les choix retenus en matière d'enseignes	69

Table des illustrations photographiques et cartographiques

<i>Secteurs agglomérés de la communauté de communes Questembert Communauté</i>	13
<i>EBC et zones naturelles N identifiées par le PLUi de la communauté de communes Questembert Communauté</i> ...	17
<i>Interdictions patrimoniales de publicité existantes sur le territoire de la communauté de communes Questembert Communauté</i>	19
<i>Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public</i>	26
<i>Possibilités publicitaires sur un kiosques à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public</i>	26
<i>Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches</i>	27
<i>Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</i>	27
<i>Publicités scellées au sol esthétiquement semblables aux « sucettes » de mobilier urbain</i>	28
<i>Préenseignes scellées au sol à Saint-Gravé, Questembert et Rochefort-en-Terre</i>	29
<i>Préenseignes de petit format recensées à Berric, Questembert et Saint-Gravé</i>	31
<i>Préenseignes en surnombre recensées à Berric et Caden</i>	33
<i>Bâches publicitaires installées à proximité de carrefours à Malansac et La Vraie-Croix</i>	34
<i>Cartographie de la pollution lumineuse en France</i>	37
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur sur le centre commercial de Malansac, à Caden, dans la ZA de Lenruit à Questembert et à Berric</i>	42
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur installées sur un auvent à Molac et Rochefort-en-Terre</i>	43
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur soignées présentes à Rochefort-en-Terre et Pluherlin</i>	44
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait pu être mieux soignée à Rochefort-en-Terre, Saint-Gravé, Malansac et Questembert</i>	45
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur installées ou débordant sur le premier étage avec parfois plus d'une enseigne par façade à Lauzach, Molac, Limerzel et Malansac</i>	46
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur réalisées en ferronnerie et bien intégrées à la façade dans le cœur patrimonial de Rochefort-en-Terre</i>	47
<i>Exemples de façades saturées d'enseignes recensées dans la ZA de Flachec à Berric et à Rochefort-en-Terre</i>	48
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre à Malansac et Caden</i>	50
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la surface maximale admise à Questembert</i>	51
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol au format contenu à Molac et Questembert</i>	51
<i>Exemples de RIS installés à Rochefort-en-Terre, Saint-Gravé et Molac</i>	52
<i>Exemples de RIS installés à La Vraie-Croix et Questembert</i>	52
<i>Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol : oriflammes, chevalets et panneaux posés directement sur le sol à Limerzel, Pluherlin et Rochefort-en-Terre</i>	53
<i>Exemples d'enseignes sur clôture à Molac et Caden</i>	54
<i>Exemples d'enseignes sur toiture à Questembert</i>	55
<i>Exemples d'enseignes éclairées par projection (spots) à Pluherlin et Limerzel</i>	58
<i>Exemples d'enseignes éclairées par serpentins de LED à Malansac et Questembert</i>	58
<i>Exemples d'enseignes numériques à Questembert, Rochefort-en-Terre et Malansac</i>	59
<i>Exemples d'enseignes temporaires relevées à Questembert</i>	61

Introduction

La communauté de communes Questembert Communauté compte 13 communes et regroupe 23 873 habitants¹. Elle se situe dans le département du Morbihan en Région Bretagne.

Commune	Nombre d'habitants
Berric	2 026
Caden	1 589
Le Cours	672
Larré	1 787
Lauzach	1 167
Limerzel	1 312
Malansac	2 195
Molac	1 605
Pluherlin	1 532
Questembert	7 862
Rochefort-en-Terre	641
Saint-Gravé	716
La Vraie-Croix	1 489

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴ afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et les préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi (Règlement Local de Publicité intercommunal).

¹ Données INSEE de population légale millésimée 2019

² L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

³ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes

⁴ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP(i) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régulant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment sans que cela soit exhaustif :

- la clarification des compétences entre le Maire et le Préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- la réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- la précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares afin de tenir compte de leur spécificité ;
- l'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021⁵.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des RLP. Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1^{er} du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1^{er} du code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour la révision du RLP⁶ puisque l'article L581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de PLU, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La communauté de communes Questembert Communauté disposant de la compétence en matière de PLUi⁷, l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal lui revient.

Le RLPi est élaboré sur la même base normative que les PLUi et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **la partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLPi et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le Maire en application de l'article R411-2 du code de la route sont également

⁵ Article L581-14-3 du code de l'environnement modifié par la loi du 17 juin 2020

⁶ Article L581-14 du code de l'environnement

⁷ Article L5219-5 alinéa I du code général des collectivités territoriales

représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au RLPI.

Le présent document constitue ainsi le rapport de présentation qui, sur la base d'un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire intercommunal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de publicités, enseignes et préenseignes situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement (sauf exception). Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de covisibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

Depuis la loi dite « Climat et Résilience » du 22 août 2021, conformément à l'article L581-14-4 du code de l'environnement, désormais, par dérogation à l'article L581-2 du même code, le règlement local de publicité intercommunal peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses. Ne demeurent donc exclues du champ de la publicité extérieure que les communications non lumineuses situées à l'intérieur de ces locaux.

En application du code de l'environnement, le contenu des publicités, enseignes et préenseignes ne sont pas réglementés dans leur formulation mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, ...

D'autres législations sont cependant applicables quant au contenu diffusé par les publicités, enseignes et préenseignes telles que le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, ...).

Le code de l'environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLPi, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes concernées par le RLPi⁸. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLPi. C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU⁹ comme c'est le cas dans les communes de Larré, Malansac et Questembert où des Périmètres Délimités des Abords (PDA) sont en vigueur.

Enfin, le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R418-1 à R418-9 du code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité.

⁸ Article L581-14-2 du code de l'environnement

⁹ Article L621-30 du code du patrimoine

Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

1. Définitions

a) Le Règlement Local de Publicité intercommunal

Le RLPi est un document réglementaire opposable aux tiers qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en une ou plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

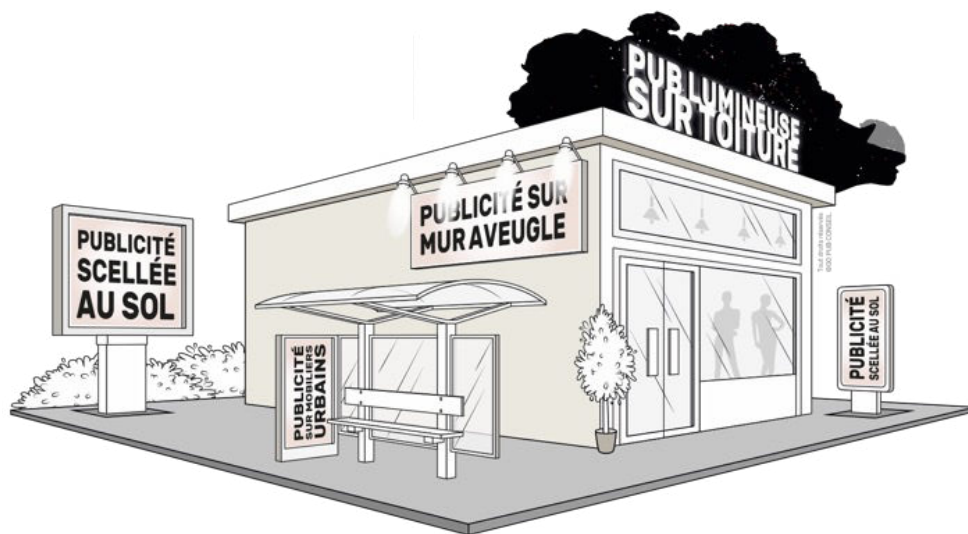
Le RLPi comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹⁰.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLPi approuvé est annexé aux PLU et au PLUi le cas échéant.

b) Les dispositifs visés par le code de l'environnement

Constitue **une publicité**¹¹, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.



¹⁰ CE, 18 avril 1902, commune de Nérès-les-Bains

¹¹ Article L581-3 alinéa 1 du code de l'environnement

En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Constitue **une enseigne**¹² toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

L'immeuble doit ici être entendu au sens du code civil, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « relatif à une activité » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public. Il est précisé que le RLP ne régit pas le contenu des enseignes.

Constitue **une préenseigne**¹³ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



¹² Article L581-3 alinéa 2 du code de l'environnement

¹³ Article L581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

Il s'agit ici d'un message correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

c) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁴ ou non¹⁵ apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

L'article R581-42 du code de l'environnement n'autorisant l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction, conformément à l'« Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités », les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

d) La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route »¹⁶. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde »¹⁷.

Ses limites sont fixées normalement par arrêté du Maire¹⁸ et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁹.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

Aux termes de l'article L581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière²⁰, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²¹. Elle peut aussi être autorisée par le RLPI à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans

¹⁴ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

¹⁵ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

¹⁶ Article L581-7 du code de l'environnement

¹⁷ Article R110-2 du code de la route

¹⁸ Article R.411-2 du code de la route

¹⁹ Article R581-78 alinéa 2 du code de l'environnement

²⁰ Article R110-2 du code de la route

²¹ Article L581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des **préenseignes dites dérogatoires** :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, ...) ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Le RLPi n'est pas habilité à régler les préenseignes dérogatoires.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route ou encore des Relais Information Service (RIS).

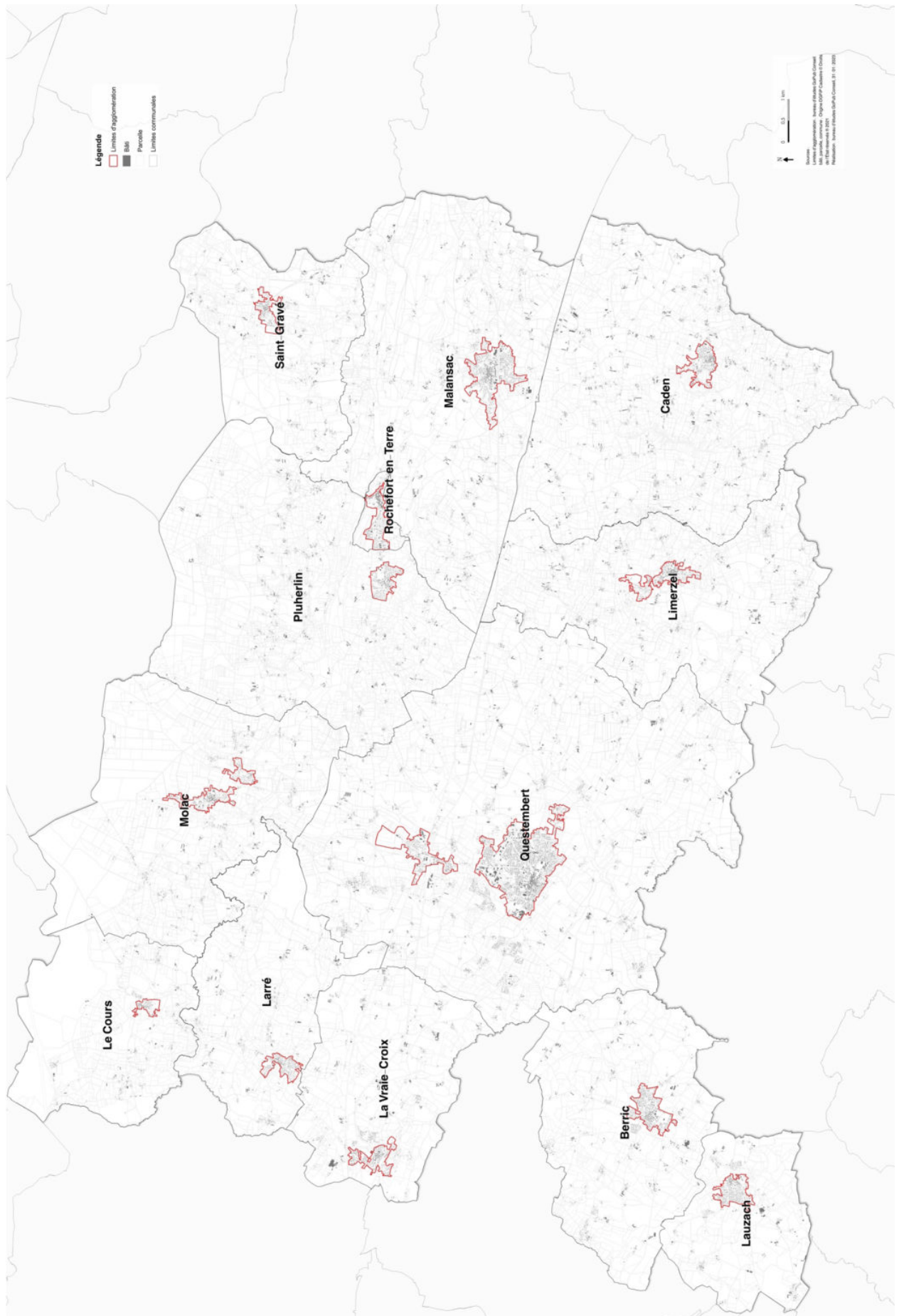
	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositifs par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations < à 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine > à 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place d'une Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.



Les agglomérations du territoire intercommunal de Questembert Communauté se déterminent commune par commune conformément à la réglementation nationale. On note qu'aucune agglomération ne compte plus de 10 000 habitants puisqu'aucune commune ne compte 10 000 habitants en son sein. La carte ci-dessous présente les secteurs agglomérés de la communauté de communes Questembert Communauté.

Plan des limites d'agglomération de Questembert Communauté



Secteurs agglomérés de la communauté de communes Questembert Communauté

e) La notion d'unité urbaine

La notion d'**unité urbaine** ne correspond pas à une collectivité juridique particulière telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

Elle repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit ainsi l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Les treize communes de la communauté de communes Questembert Communauté sont considérées comme des communes rurales isolées.

Le fait pour les communes composant cette intercommunalité de ne pas appartenir à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ni de compter d'agglomération communale de plus de 10 000 habitants a pour conséquence de durcir considérablement les règles nationales issues du code de l'environnement. Ainsi donc, au sein de toutes les agglomérations de la communauté de communes Questembert Communauté, de nombreux supports sont strictement interdits comme les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ou encore les publicités numériques.

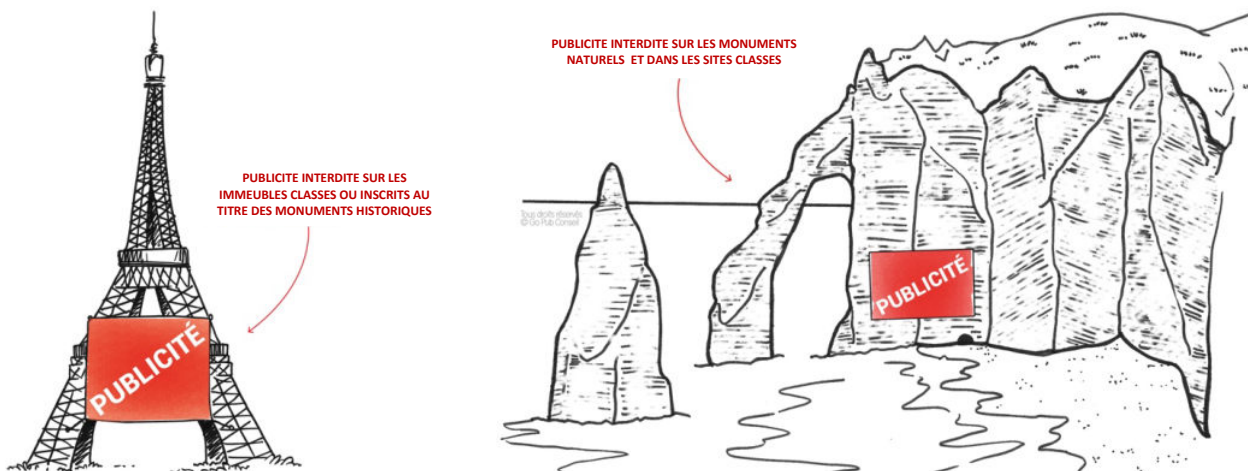
En outre, aucune commune de l'intercommunalité n'étant incluse dans une unité urbaine de plus de 800 000 habitants, « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes »²².

2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

a) Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L581-4 du code de l'environnement, toute publicité est interdite :

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



²² Article R581-35 du code de l'environnement

Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

En l'espèce la communauté de communes Questembert Communauté est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur 37 monuments historiques classés ou inscrits impactant les communes de :

- Berric,
- Caden,
- Larré,
- Limerzel,
- Malansac
- Pluherlin,
- Questembert,
- Rochefort-en-Terre,
- La Vraie-Croix.

Par ailleurs, la partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres lieux d'interdictions absolues²³.

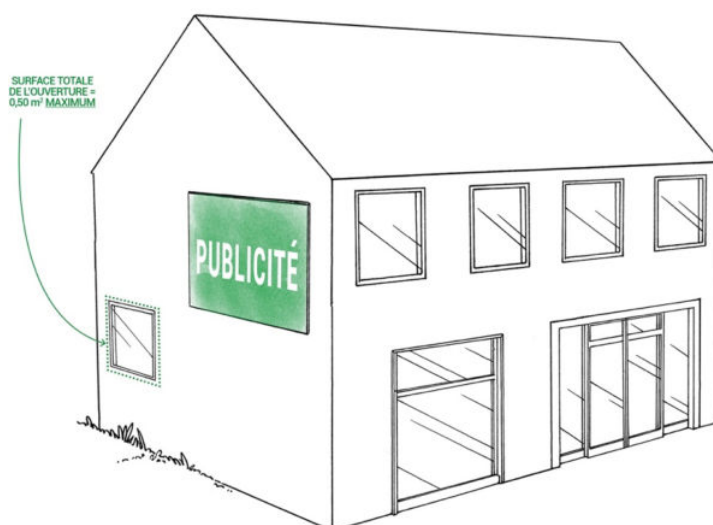
Ainsi, la publicité est également interdite :

- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

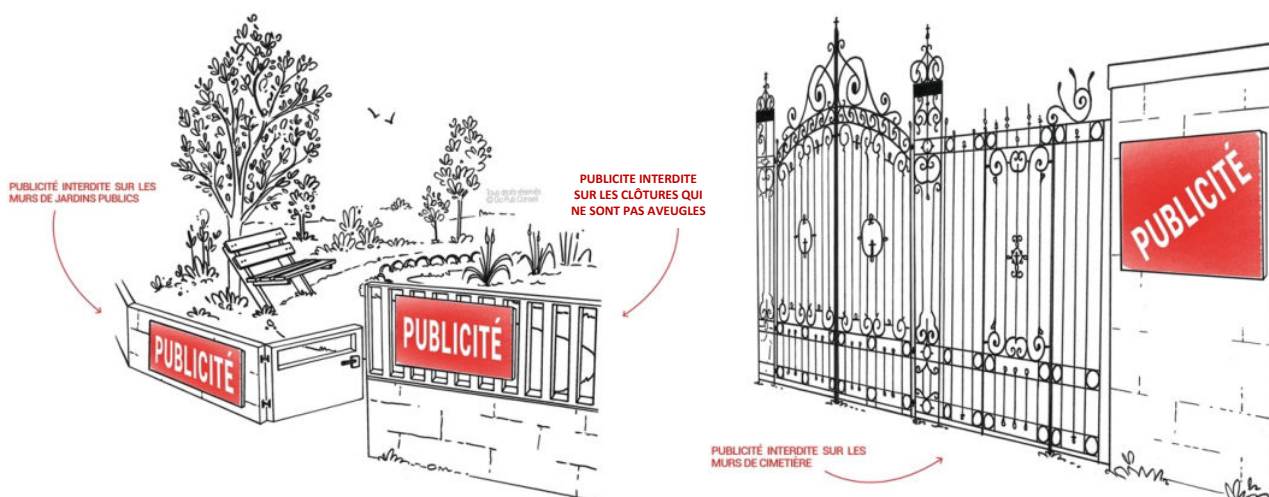


²³ Article R581-22 du code de l'environnement

- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² ;



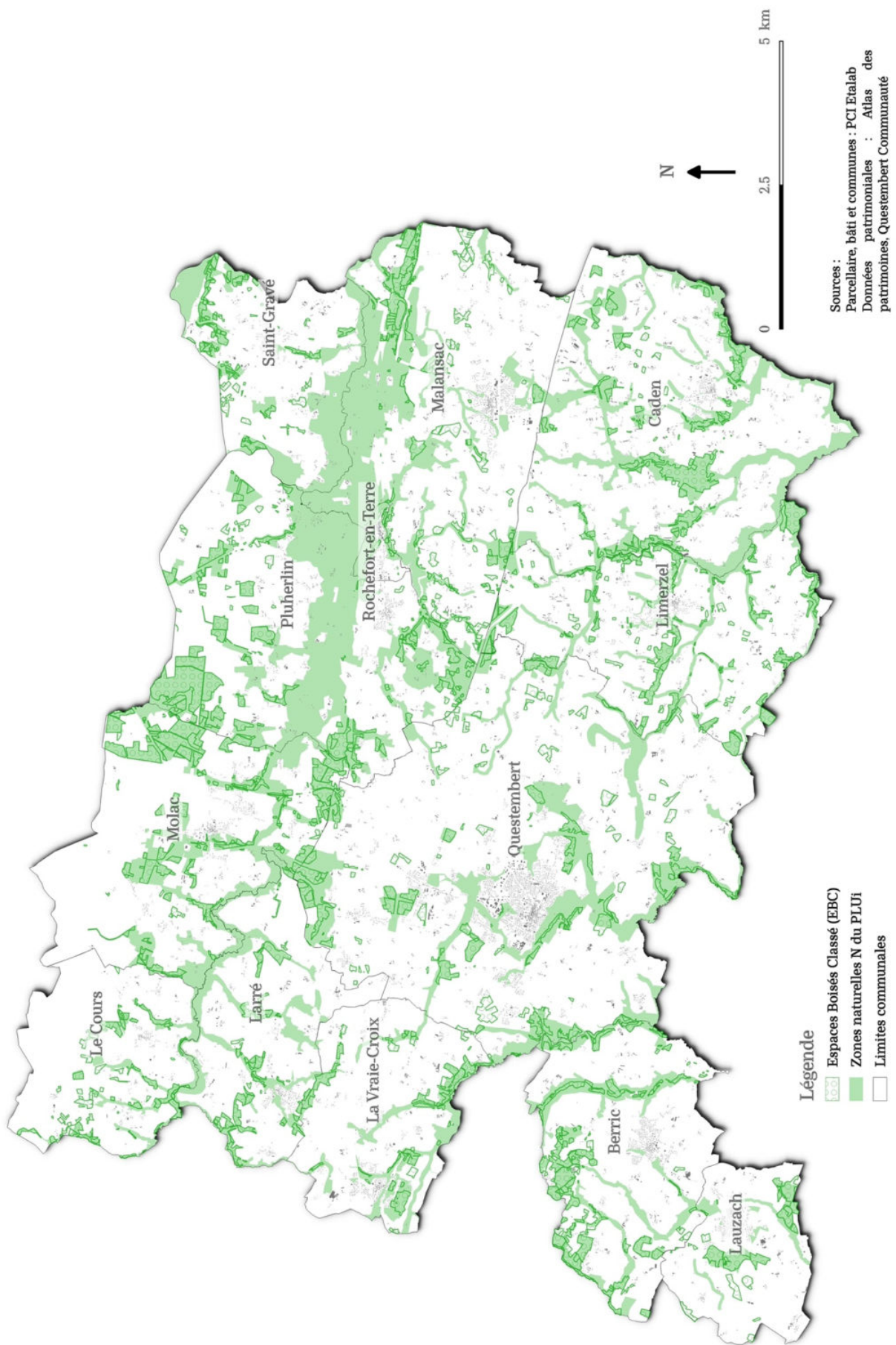
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



Enfin, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés²⁴,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).

²⁴ Article L113-1 du code de l'urbanisme



EBC et zones naturelles N identifiées par le PLUi de la communauté de communes Questembert Communauté

b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLPI²⁵.

Ces interdictions relatives concernent :

- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L631-1 du même Code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L581-4 du code de l'environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L414-1 du code de l'environnement.

Le territoire de la communauté de communes Questembert Communauté est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* »²⁶.

« La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé »²⁷.

En l'espèce, cette protection s'applique à la liste de monuments classés et inscrits énumérés ci-avant soit via des périmètres de protection des monuments historiques (PPMH, cercle d'un rayon de 500 m autour du monument protégé), soit à travers des sites patrimoniaux remarquables (SPR de Rochefort-en-Terre, Malansac et Peillac touchant la commune de Malansac) ou des périmètres délimités des abords (PDA de Larré, Malansac et Questembert).

Cette protection concerne également les communes de Caden, Limerzel, Malansac, Molac, Pluherlin, Rochefort-en-Terre et Saint-Gravé parcourues par les périmètres Natura 2000 de la Vallée de l'Arz et des Marais de Vilaine.

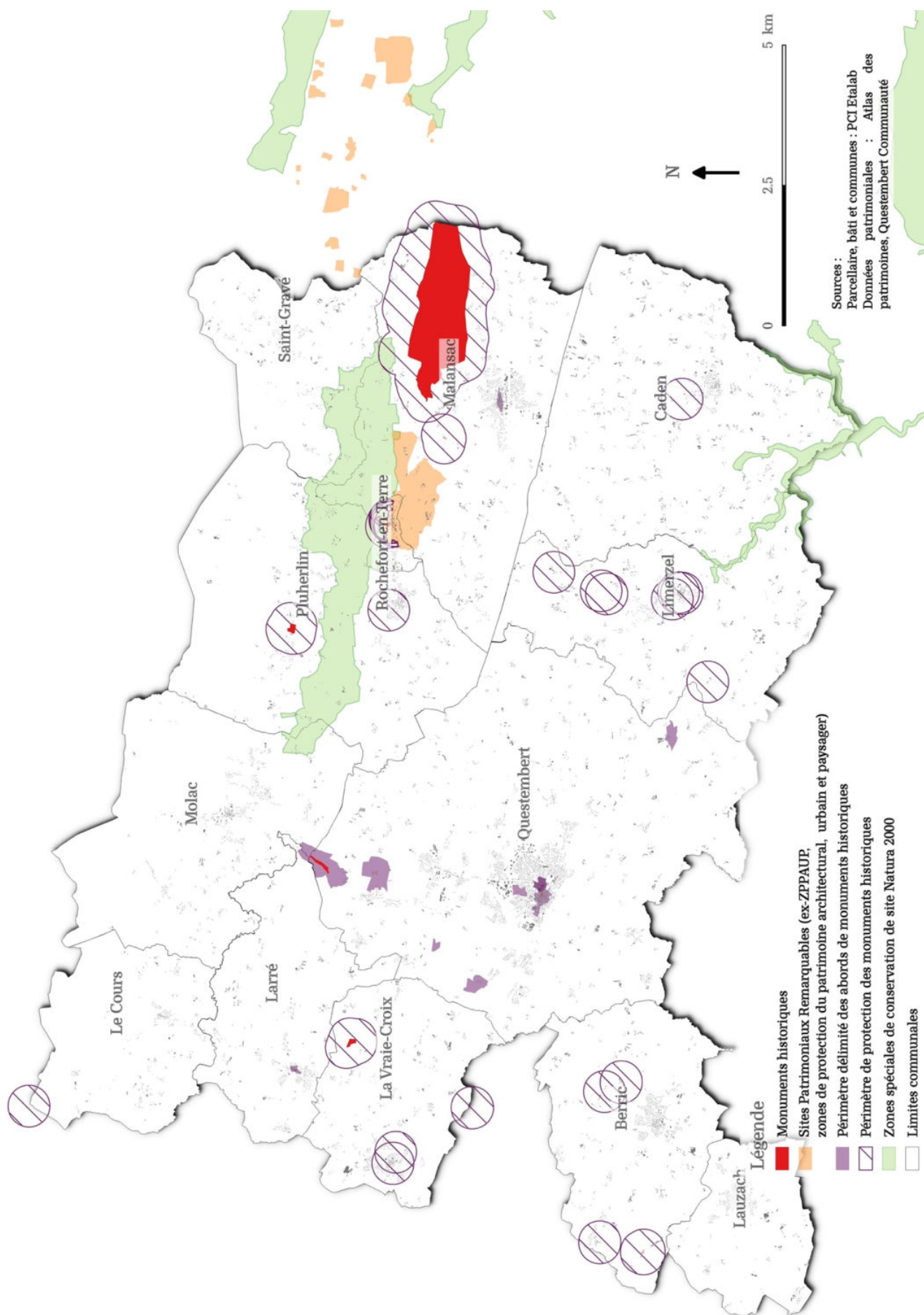
A noter qu'un périmètre de protection extérieur à l'intercommunalité (PPMH du dolmen de Trédion) produit des effets sur la commune du Cours puisqu'il s'étend sur celle-ci.

La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de la communauté de communes Questembert Communauté.

²⁵ Article L581-8 du code de l'environnement

²⁶ Article L621-30 du code du patrimoine

²⁷ Article L621-30 du code du patrimoine



*Interdictions patrimoniales de publicité existantes sur le territoire de la communauté de communes Questembert
Communauté*

3. Règles applicables au territoire intercommunal

Les règles qui s'appliquent sur le territoire de la communauté de communes Questembert Communauté sont celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

A ce titre, en l'absence de dispositions locales, c'est le régime réglementaire le plus strict du cadre national qui s'applique sur la totalité du territoire intercommunal.

a) La réglementation locale

Il convient de rappeler que sur ce territoire intercommunal, seule la commune de Rochefort-en-Terre a déjà disposé d'un Règlement Local de Publicité.

Adopté le 14 février 2008 simultanément à la création de la ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager devenu depuis Site Patrimonial Remarquable via une refonte législative) et dit de « première génération » puisque mis en place sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982²⁸, ce RLP aurait dû devenir caduc en juillet 2020 conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II »²⁹. Cependant, la loi « *vie locale et proximité* »³⁰ ayant allongé de deux ans le délai de caducité des RLP dit de « première génération » lorsqu'un RLPi est en cours d'élaboration³¹, le RLP de la commune de Rochefort-en-Terre est devenu caduc le 13 juillet 2022.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* »³².

b) Le Parc Naturel Régional (PNR) du Golfe du Morbihan

Le Code de l'environnement précise que « *sur le territoire d'un parc naturel régional, le règlement local de publicité peut autoriser la publicité dans les conditions prévues aux articles L. 581-7 et L. 581-8 lorsque la charte du parc contient des orientations ou mesures relatives à la publicité, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc. Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec la charte.* »

La thématique de la publicité extérieure se retrouve principalement dans l'article 16 « Valoriser la diversité et la qualité paysagère du territoire » et plus précisément le sous-article 16.3.4 « Réglementer la publicité sur le territoire du Parc ».

²⁸ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

²⁹ Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

³⁰ Articles 22 et 23 de la loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique

³¹ Article L581-14-3 du code de l'environnement

³² Article L581-14 du code de l'environnement

Extrait de la Charte du PNR - 16.3.4 Réglementer la publicité sur le territoire du Parc :

« La maîtrise de la publicité participe à l'amélioration de la qualité de vie et de l'image du territoire. La gestion de la publicité, des enseignes et pré-enseignes relèvent du Code de l'Environnement. Dans le territoire du Parc, les publicités ne sont pas autorisées hormis en cas d'instauration de zones à publicité restreinte. Comme stipulé à l'article L581-8, la publicité est interdite à l'intérieur des agglomérations sur un territoire de Parc Naturel Régional sauf si elle est réintroduite par un règlement local comportant une zone de publicité restreinte.

Le Parc met en œuvre une réflexion sur la place de la publicité dans le paysage. Il associe à cette démarche l'ensemble des communes, des communautés de communes, Vannes Agglo, la DDTM, les architectes des bâtiments de France et les professionnels de l'affichage du territoire.

Aux côtés des services concernés, par des actions de sensibilisation, d'information et d'appui aux collectivités, le Parc participe à la mise en œuvre des dispositions du Code de l'Environnement sur la publicité, les enseignes et les pré-enseignes.

Dans un PNR, l'architecte des bâtiments de France doit être consulté lors des autorisations d'enseignes par le maire. Les pré-enseignes doivent obéir à des cas dérogatoires.

Le Parc porte une attention particulière à énoncer des règles de bonnes pratiques, notamment pour les préenseignes dérogatoires, hors agglomération.

Il épaulé les communes ou les EPCI dans la mise en place d'une signalétique de qualité. Il accompagne les communes souhaitant créer des zones de publicité restreinte autorisant un affichage maîtrisé en zone urbaine. Il apporte son appui aux communes dans la mise en œuvre des procédures qu'elles sont susceptibles d'engager à l'encontre des dispositifs non conformes. Le Parc veille également à une harmonisation des démarches dans un objectif de qualité paysagère. »

Par ailleurs, le PNR a également élaboré un guide pratique de recommandations et de prescription concernant la signalétique mise en place sur le parc. Cette charte est en vigueur depuis le 7 octobre 2019. La partie 2 est exclusivement dédiée à la publicité extérieure.

L'ensemble des recommandations du parc en fonction de la typologie du support visé est consigné dans cette charte. L'extrait relatif spécifiquement à la publicité extérieure est consultable dans le tome 1 : annexe au rapport de présentation.

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

c) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité ;
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L581-4 et L581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L581-8 ;
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798*01 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

Dans le cadre d'une installation d'enseigne, l'avis de l'ABF sera systématiquement demandé dès lors que l'installation se fait dans un secteur protégé visé à l'article L.581-4 ou L.581-8 du Code de l'environnement (périmètres aux abords d'un monuments historiques, parc naturel régional, etc.).

d) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur ou 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799*01 permet d'effectuer une déclaration préalable.

5. Compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLPi	Présence d'un RLPi
Compétence d'instruction	Préfet	Maire de chaque commune
Compétence de police	Préfet	Maire de chaque commune

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le Maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLPi	Présence d'un RLPi
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

6. Délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLPi) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous³³ :

	Infraction au code de l'environnement	Infraction au RLPi
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

³³ Articles L581-43 et R581-88 du code de l'environnement

Enjeux liés au parc local de publicité extérieure

Un inventaire représentatif des publicités, préenseignes et enseignes situées sur le territoire de la communauté de communes Questembert Communauté a été effectué à l'automne 2021. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité intercommunal a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire intercommunal.

1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

a) Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. En outre, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires.

C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le code de l'environnement précise que « toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. »³⁴ Par ailleurs, « les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent »³⁵.

Compte tenu de leur relative facilité d'installation les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la très grande majorité des dispositifs recensés alors que les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire intercommunal. Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage³⁶ mais il nécessite l'accord des propriétaires du mur ou de la clôture support pour être installés. On compte également de rares dispositifs reprenant les codes stylistiques et le format du mobilier urbain dit d'informations locales affichant de la publicité à titre accessoire mais il s'agit simplement de publicités scellées au sol une ou deux faces.

En termes de localisation spatiale, on constate une accumulation publicitaire plus forte aux abords des ronds-points et axes routiers à proximité d'entrées de ville mais aussi à proximité des zones d'activités commerciales de Questembert.

Ailleurs le fait publicitaire est très peu présent.

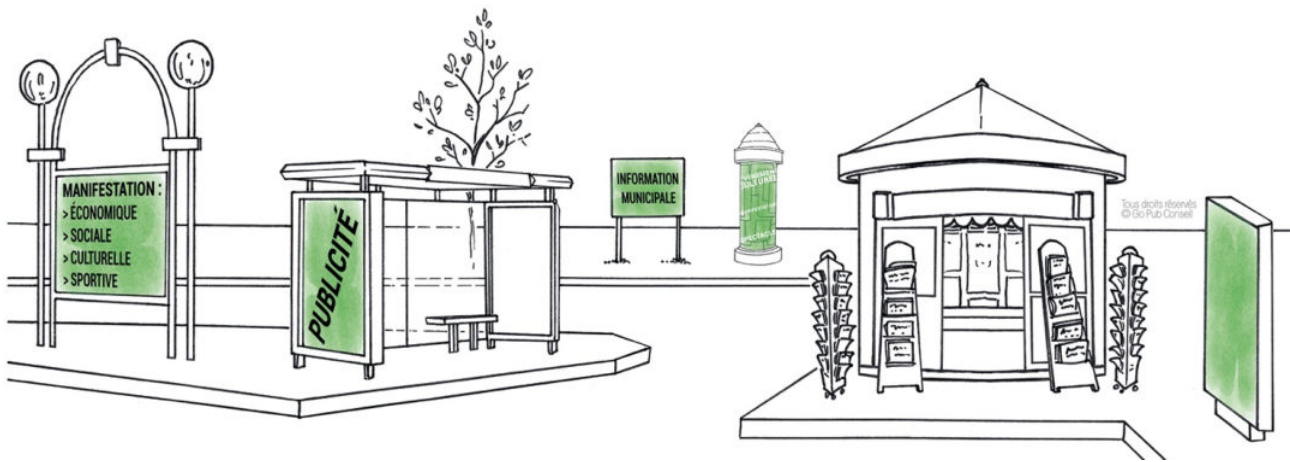
b) Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité :

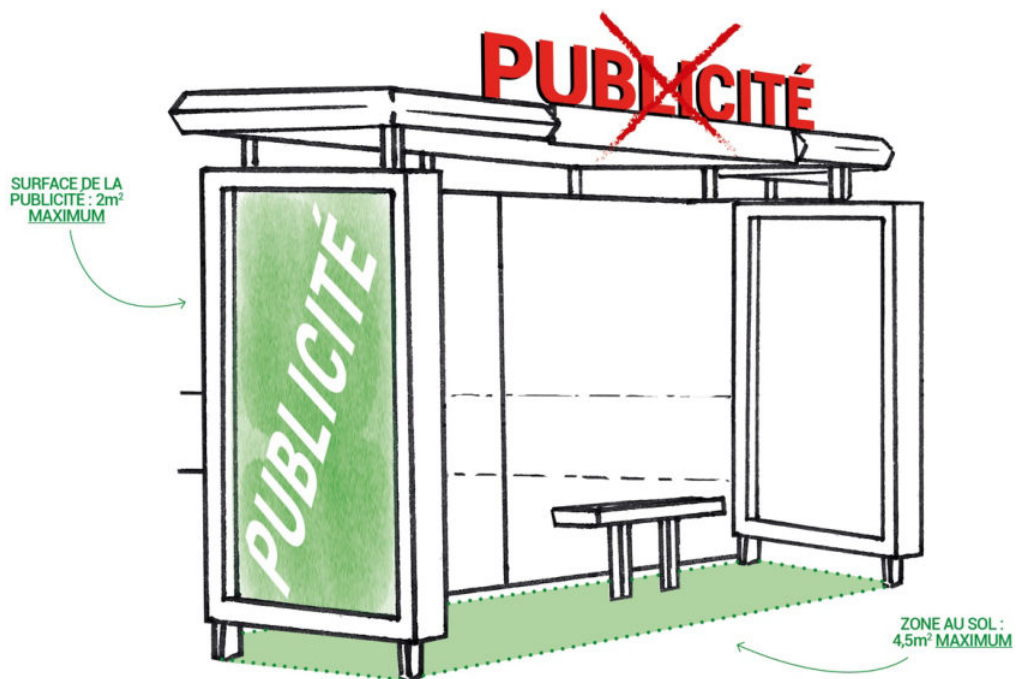
³⁴ Article L581-5 du code de l'environnement

³⁵ Article R581-24 du code de l'environnement

³⁶ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul des formats des publicités



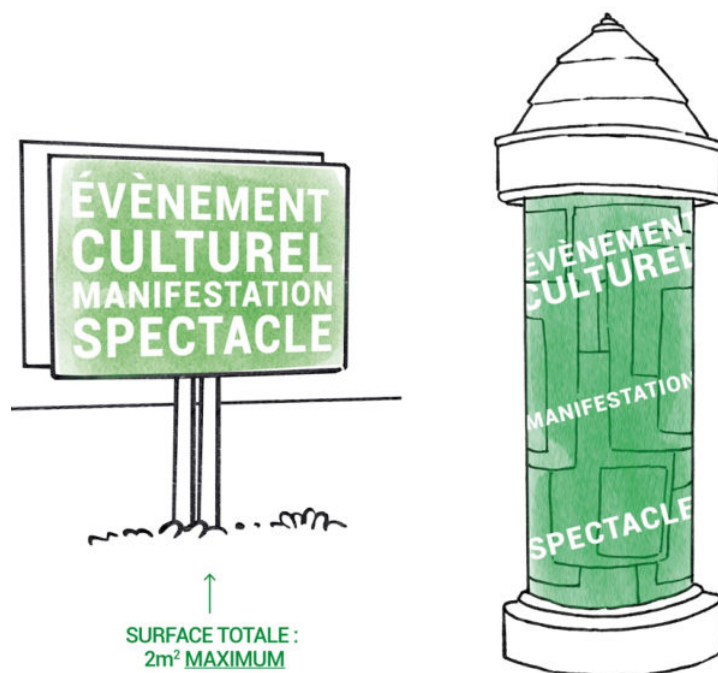
Type	Règles applicables
Abris destinés au public (illustration n°1 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public (illustration n°2 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Colonnes porte-affiches (illustration n°3 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mâts porte-affiches (illustration n°3 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives - Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (illustration n°4 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; - Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : <ul style="list-style-type: none"> • Interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; • Ne peut ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m^2 (8 m^2 si numérique) ; • Ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



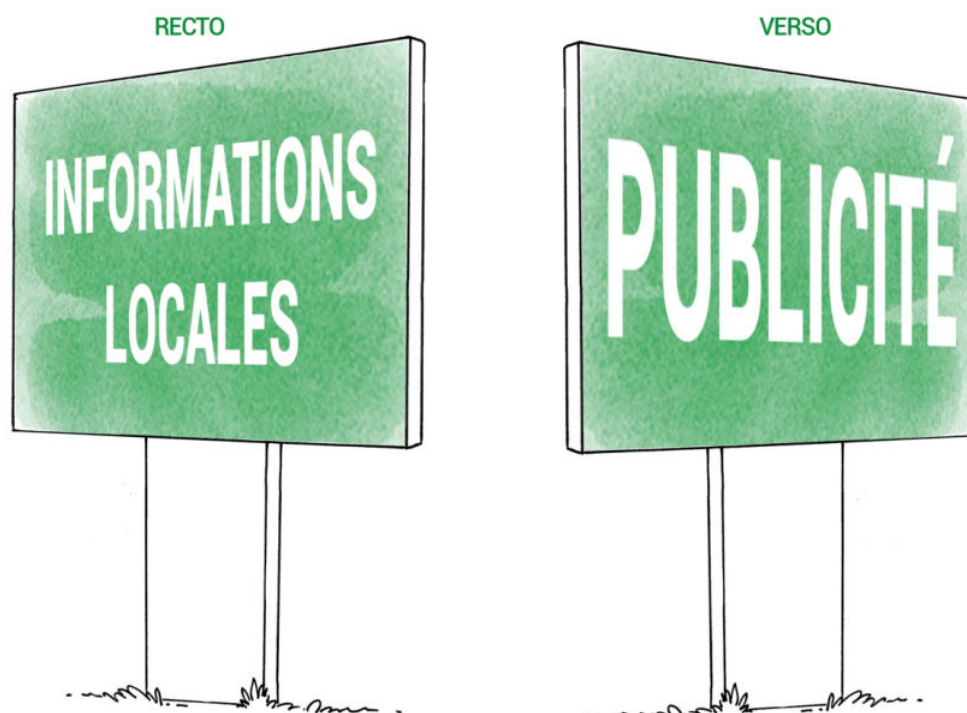
Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public



Possibilités publicitaires sur un kiosques à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public



Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches



Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique (lorsque l'agglomération compte plus de 10 000 habitants, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants la publicité numérique est interdite).

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les parcs naturels régionaux ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Aucune des cinq sous-catégories définies par le code de l'environnement n'a été recensée sur le territoire intercommunal de Questembert Communauté mais des publicités scellées au sol comportant une ou deux faces publicitaires et reprenant les codes stylistiques et le format des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* » sont observables à Questembert.



Publicités scellées au sol esthétiquement semblables aux « sucettes » de mobilier urbain

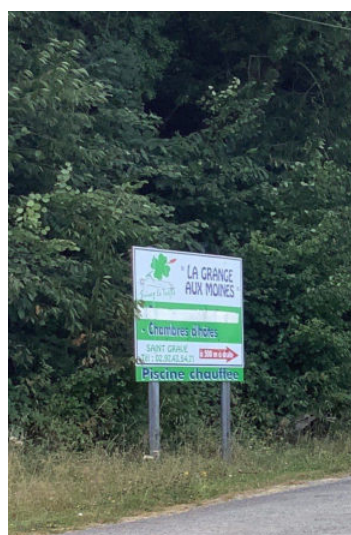
Compte tenu de cette absence de dispositifs existants sur le territoire et mais aussi l'absence de besoins exprimés par les communes membres de l'intercommunalité pour en installer, ces dispositifs ne semblent pas être un enjeu dans le cadre du RLPi. On pourrait envisager ici de conserver le cadre national.

c) Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite quel que soit son format dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. C'est le cas pour l'ensemble des communes de la communauté de communes Questembert Communauté.



De ce fait l'ensemble des dispositifs de ce type recensés sur ce territoire sont non conformes.



Préenseignes scellées au sol à Saint-Gravé, Questembert et Rochefort-en-Terre

Pour ces communes, le seul cas où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est autorisée est celui des préenseignes dérogatoires³⁷ que le diagnostic n'a pas permis de recenser ici.

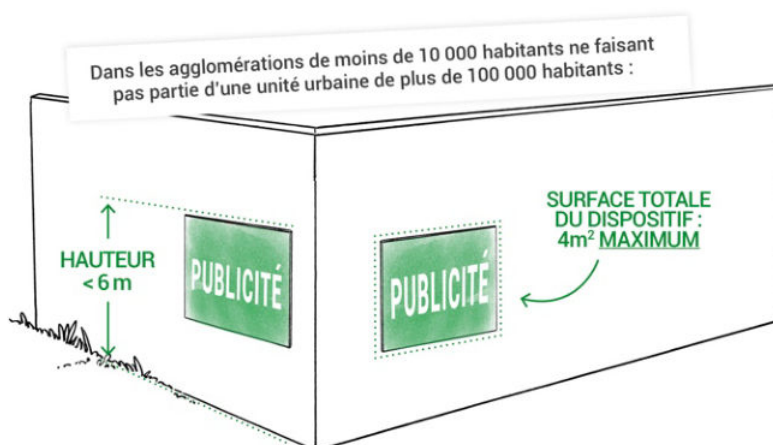
³⁷ Article R581-66 et R581-67 du code de l'environnement

Ainsi sur le territoire intercommunal, les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol concernent uniquement la mise en conformité et donc la suppression de tous les dispositifs existants quels que soient leurs caractéristiques.

d) Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture

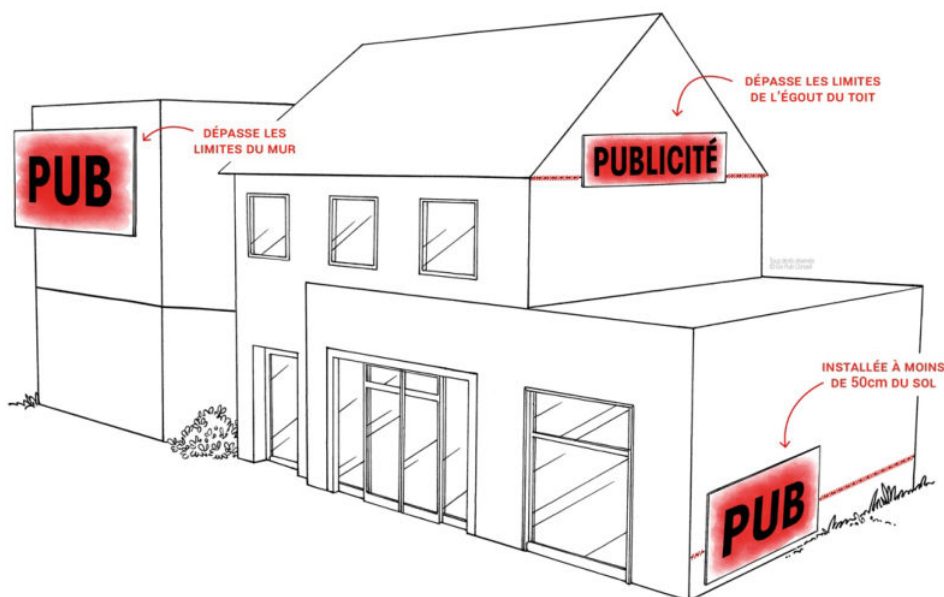
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 4 \text{ m}^2$ dans les communes de Questembert Communauté ;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres dans toutes les communes de l'intercommunalité.



Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

- apposées à moins de 50 cm du niveau du sol ;
- dépassent les limites du mur qui la supporte ;
- dépassent les limites de l'égout du toit ;
- apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 centimètres.

Selon les termes de l'instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019, il s'agit du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »³⁸.

La majorité des dispositifs recensés à Questembert Communauté dispose d'une surface inférieure à 4 m² (dispositifs de « petit » format).



Préenseignes de petit format recensées à Berric, Questembert et Saint-Gravé

Les publicités sur mur ou clôture sont principalement impactées par des non-conformités à la réglementation nationale liées à leur implantation sur des murs ou clôtures non-aveugles ou à des dépassements des limites de l'égout du toit. Ces problématiques sont notamment liées à la méconnaissance du cadre légal et à la pose

³⁸ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

« *sauvage* », sans autorisation, de signalisations servant principalement de préenseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée ou pour leur indiquer son existence.

Les publicités sur clôtures sont par ailleurs très rares et souvent installées sur de la végétation ce qui est peu qualitatif et ne permet pas d'apprécier les charmes naturels de ces communes rurales.

Comme pour les dispositifs publicitaires scellées au sol, la simple application des règles du code de l'environnement, devrait permettre à la collectivité de retrouver des paysages urbains plus apaisés et qualitatifs, expurgés de ces irrégularités.

e) La densité publicitaire

Outre les règles d'implantations spécifique en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante³⁹ applicable aux publicités sur mur ou clôture :

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

Par exception, il peut être installé deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support.

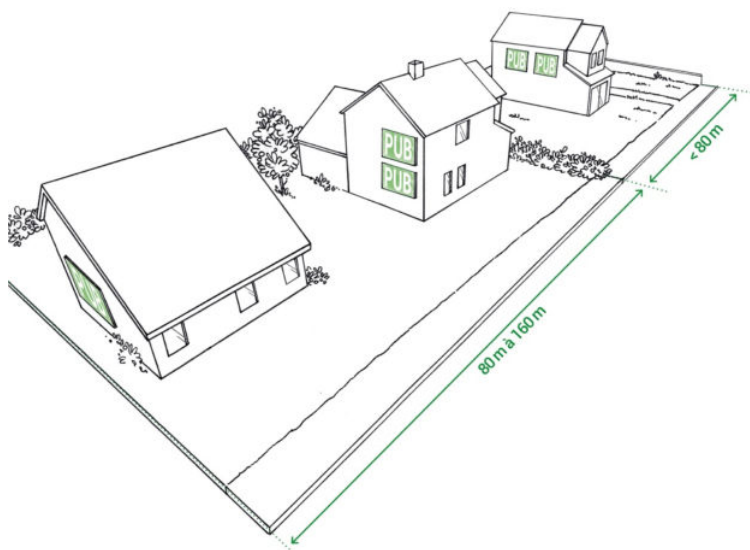
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.



³⁹ Article R581-25 du code de l'environnement

Sur le territoire de Questembert Communauté, on retrouve deux types de problématiques :

- d'une part quelques doublons voire de rares irrégularités de densité sur le même mur support en entrée ou en cœur de bourg,
- d'autre part une accumulation de dispositifs scellés au sol aux abords des ronds-points d'entrées de ville notamment afin de capter l'attention des automobilistes en transit.

Il peut être intéressant de mettre en place une règle de densité harmonieuse pour éviter la surenchère de dispositifs publicitaires et retrouver des paysages et un cadre de vie apaisés.



Préenseignes en surnombre recensées à Berric et Caden

f) Les bâches publicitaires

Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du code de l'environnement. Ainsi, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

On compte deux types de bâches :

- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants⁴⁰.

Pour autant lors du recensement, quelques bâches ont pu être relevées sur le territoire de la communauté de communes Questembert Communauté.

⁴⁰ Article R581-53 du code de l'environnement



Bâches publicitaires installées à proximité de carrefours à Malansac et La Vraie-Croix

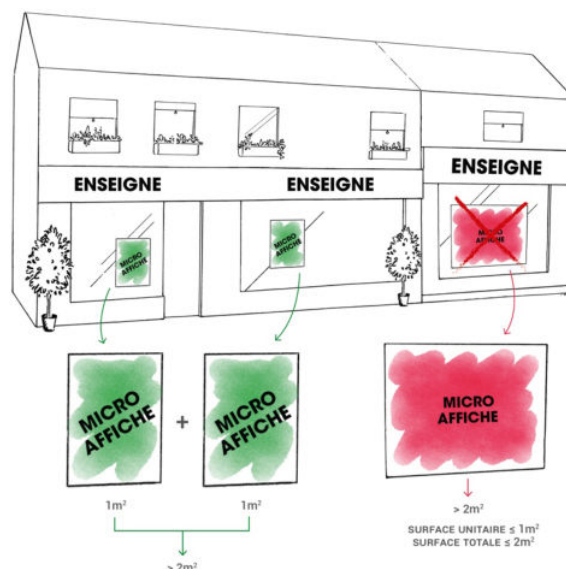
g) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « grenellisation » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit désormais d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1 m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* »

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit pour autant d'une source de revenu pour ces activités.

Le code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Généralement on constate que plusieurs dispositifs sont installés sur une même activité. Cela a pour effet d'accroître le phénomène de saturation des façades. En effet, ces dispositifs ne sont pas comptabilisés dans le calcul de la surface cumulée des enseignes institué par le code de l'environnement.

h) Les dispositifs de dimension exceptionnelle

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ne sont pas autorisés à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants⁴¹.

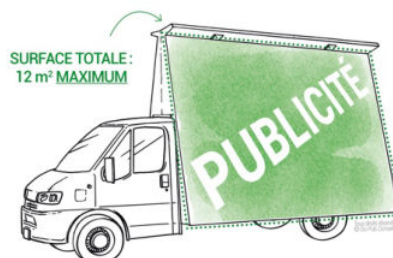
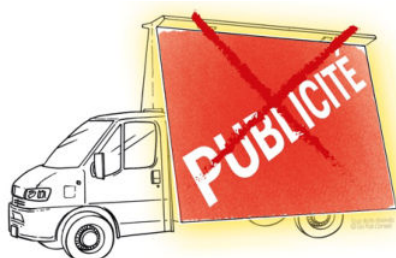
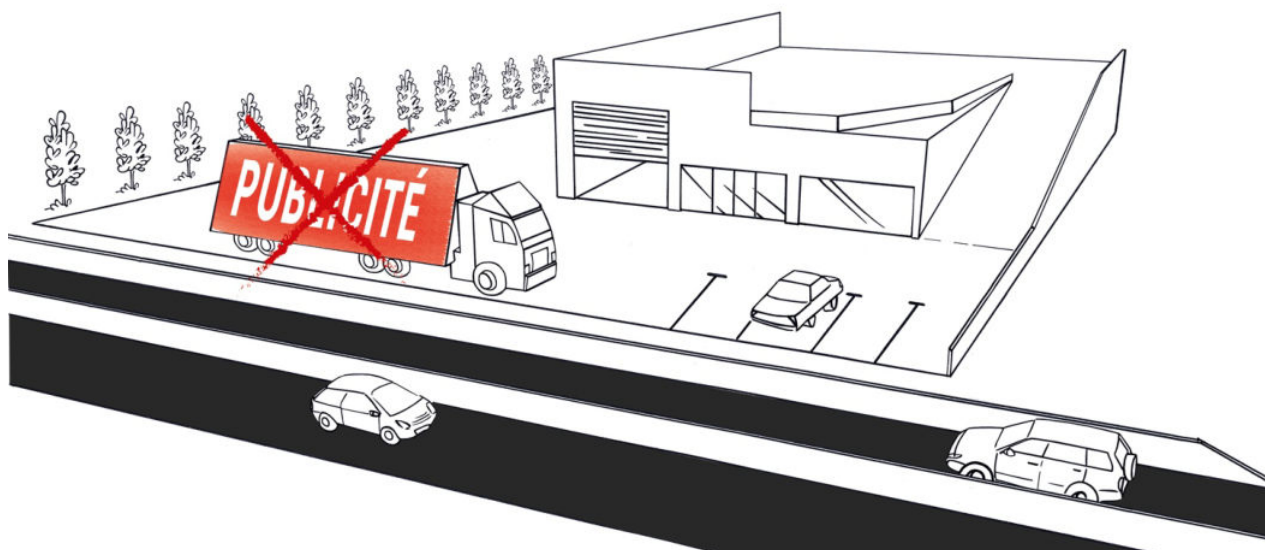
A Questembert Communauté, le territoire ne peut donc en accueillir et effectivement au cours de l'inventaire, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé sur ce territoire.

i) Les autres dispositifs de publicité

Type	Caractéristiques	
Publicité non lumineuse sur mur ou clôture	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 7,5 m	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 6 m	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
Publicité lumineuse	Surface ≤ 8 m ² Hauteur ≤ 6 m	-

⁴¹ Article R581-56 du code de l'environnement

Les publicités sur les véhicules terrestres⁴² sont également réglementées par le code de l'environnement.



j) Les publicités et préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

⁴² Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieure des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire nationale.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh⁴³.



Cartographie de la pollution lumineuse en France⁴⁴

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuses a été reconnue notamment pas la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

⁴³ <https://www.anpcen.fr/docs/201507150844001oawf6doc172.pdf>

⁴⁴ <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>



La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁵.

La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants⁴⁶ : à Questembert Communauté, fort heureusement, aucune publicité ou préenseigne lumineuse (y compris numérique) n'a été recensée.

AGGLOMÉRATIONS DE MOINS DE 10 000 HABITANTS NE FAISANT PAS PARTIE D'UNE UNITÉ URBAINE DE PLUS DE 100 000 HABITANTS



Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire ;
- réduire la puissance des lampes si elles sont surdimensionnées ;
- remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;

⁴⁵ Arrêté ministériel non publié à ce jour

⁴⁶ Article R581-34 du code de l'environnement

- moduler la durée d'éclairage, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière pourra être portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Ainsi, même si l'intercommunalité ou une de ses communes n'appartiennent pas à une unité urbaine qui compte plus de 800 000 habitants, il semble préférable que le RLPi indique une plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires, d'enseignes et de préenseignes « renforcée » afin de limiter la pollution lumineuse qu'ils génèrent.

2. Les enjeux en matière d'enseignes

a) Généralités

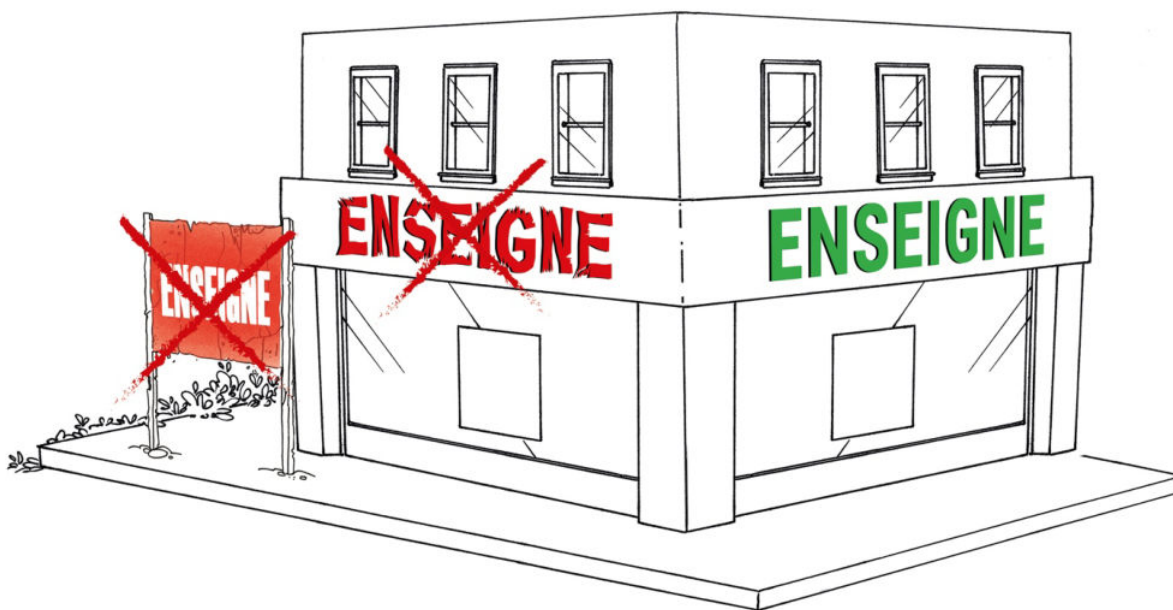
Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou dans d'autres secteurs où il y a peu d'enseignes (zones résidentielles, espaces naturels et agricoles, ...).

Un échantillonnage sélectif des enseignes lors de l'inventaire terrain a permis de dénombrer cinq grandes catégories d'enseignes sur le territoire intercommunal réparties de la manière suivante :

- des enseignes parallèles au mur ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- des enseignes perpendiculaires au mur ;
- des enseignes sur une clôture.

Quel que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes soient :

- constituées par des matériaux durables ;
- maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).



Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense soit :

- au cœur des zones d'activités économiques d'intérêt communautaire :
 - o Parc d'Activités de la Haie à Lauzach,
 - o Parc d'Activités de Le Flachec à Berric,
 - o Parc d'Activités de la Hutte Saint-Pierre à La Vraie-Croix,
 - o Parc d'Activités de La Brouée à Molac,
 - o Parc d'Activités de Lanvaux à Saint-Gravé,
 - o Parc d'Activités de Penhoët à Caden,

- Parc d'Activités de l'Ardoise à Limerzel,
- Parc d'Activités de la Chaussée et de Bellevue à Malansac,
- Parc d'Activités de La Nuais et la Croix aux Moines sur Pluherlin et Rochefort-en-Terre,
- Parc d'Activités de Lenruit, Kervault, Bocquenay et la Gare Cléherlan à Questembert ;
- les grandes activités emblématiques du territoire : golf de Caden, hippodrome de Questembert.;
- dans les cœurs de villes des communes membres de façon étoffée ou alors plus éparse en fonction de leur attractivité commerciale.

b) Les enseignes parallèles au mur

Une très large part des enseignes présentes sur le territoire intercommunal sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support. Elles se présentent sous diverses formes (en lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches) et on les retrouve tant en cœur de ville qu'au sein des secteurs dévolus aux commerces de grande taille.





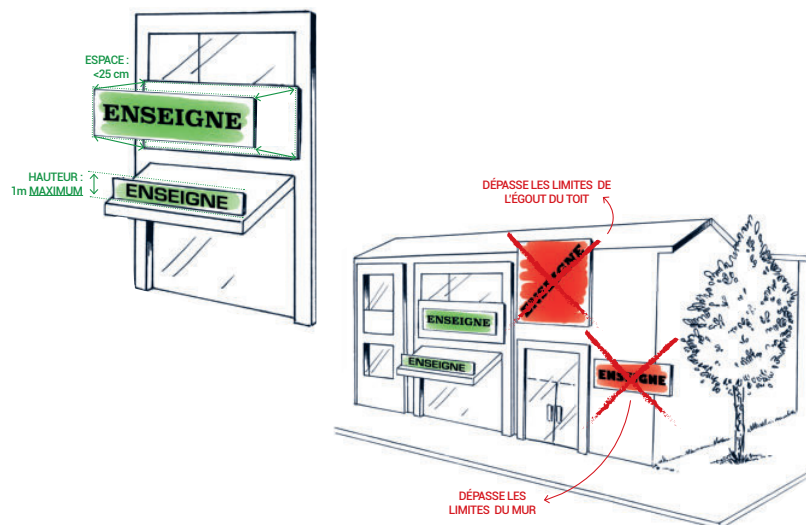
Exemples d'enseignes parallèles au mur sur le centre commercial de Malansac, à Caden, dans la ZA de Lenruît à Questembert et à Berric

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface⁴⁷. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- ne pas dépasser les limites de ce mur ;
- ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 centimètres ;
- ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.

Dans la typologie des enseignes parallèles au mur, on retrouve les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées si elles respectent les règles suivantes :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 centimètres par rapport à lui.



⁴⁷ Articles R581-60 et R581-63 du code de l'environnement

Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



Exemples d'enseignes parallèles au mur installées sur un auvent à Molac et Rochefort-en-Terre

Leur rareté sur le territoire de la communauté de communes pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Sur l'ensemble des enseignes parallèles au mur, on relève des enseignes permettant de valoriser les activités et devantures commerciales. En effet, on relève plusieurs devantures où les enseignes parallèles au mur sont particulièrement soignées.





Exemples d'enseignes parallèles au mur soignées présentes à Rochefort-en-Terre et Pluherlin

Globalement les enseignes parallèles au mur posent peu de problèmes paysagers sur le territoire intercommunal grâce notamment à l'intervention de l'Architecte des Bâtiments de France dans les périmètres patrimoniaux mais aussi aux prescriptions présentes dans la charte des devantures commerciales de Questembert et le RLP désormais caduc de Rochefort-en-Terre. L'immense majorité des établissements concernés respecte la réglementation nationale en vigueur même si certaines devantures auraient pu être plus soignées notamment en termes d'entretien, de redondance de la signalisation ou d'implantation.





Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait pu être mieux soignée à Rochefort-en-Terre, Saint-Gravé, Malansac et Questembert

Outre les quelques cas spécifiques dont ceux-ci affichés en exemple ci-dessus, ces enseignes posent donc peu de problèmes règlementaires et paysagers notables. Une régularisation des rares non conformités au code de l'environnement rencontrées serait en mesure de régler les quelques écarts paysagers observés sur cette catégorie d'enseignes.

c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Comme les enseignes parallèles au mur, les enseignes perpendiculaires au mur sont principalement présentes dans les cœurs de ville. Généralement elles sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes.

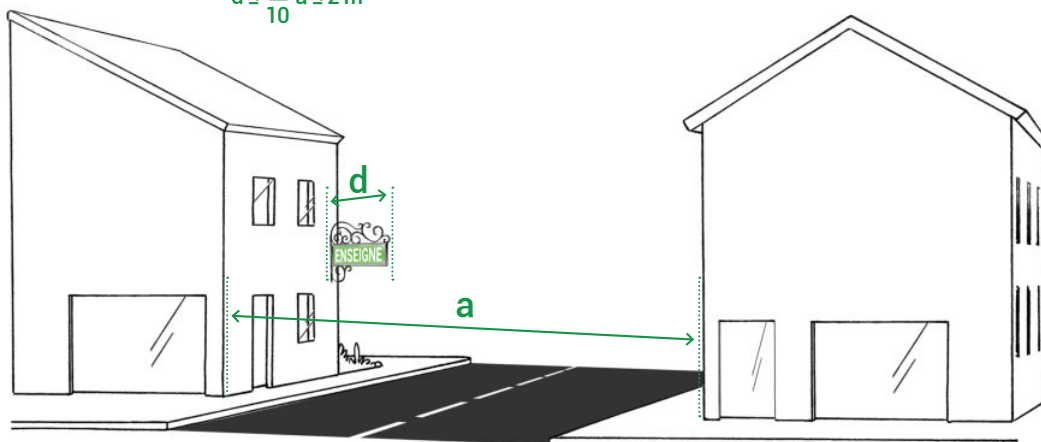
La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- ne dépassent la limite supérieure de ce mur ;
- ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon ;

- ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2m$$



Les seuls problèmes paysagers notables posés par ces enseignes sont liés à leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées, leur nombre parfois important sur une même façade et leur hauteur d'implantation sur la façade (enseignes perpendiculaires situées à l'étage supérieur du lieu réel d'activité).

C'est souvent le cas des bars-tabacs-presses voire des restaurants qui signalent parfois tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent. Cependant cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité et donc la bonne information des usagers.



Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur installées ou débordant sur le premier étage avec parfois plus d'une enseigne par façade à Lauzach, Molac, Limerzel et Malansac

Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites des centralités urbaines avec des fermetures de vue vers le grand paysage naturel ou le patrimoine bâti (vue vers les monuments historiques et autres bâtiments patrimoniaux en particulier).

Très rarement certaines de ces enseignes peuvent souffrir d'un mauvais état d'entretien.



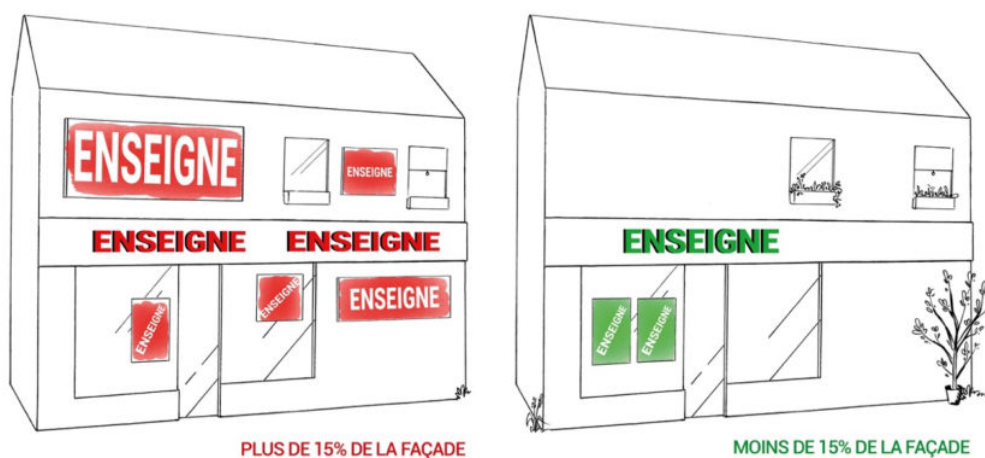
Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur réalisées en ferronnerie et bien intégrées à la façade dans le cœur patrimonial de Rochefort-en-Terre

Le futur RLPI pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans les secteurs de forte patrimonialité de l'intercommunalité. Le nombre d'enseignes, leur implantation, taille, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés afin de préserver le territoire de leurs impacts négatifs. La mise en place d'actions pédagogiques accompagnant l'approbation du futur RLPI participera également d'une meilleure insertion de ces enseignes.

d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade⁴⁸. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

Dans le cas de cette règle, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



⁴⁸ Article R581-63 du code de l'environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'exposition d'arts plastiques

Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés notamment dans les centres historiques mais elle touche peu les communes de Questembert Communauté.



Exemples de façades saturées d'enseignes recensées dans la ZA de Flachec à Berric et à Rochefort-en-Terre

e) Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue sur le territoire intercommunal.

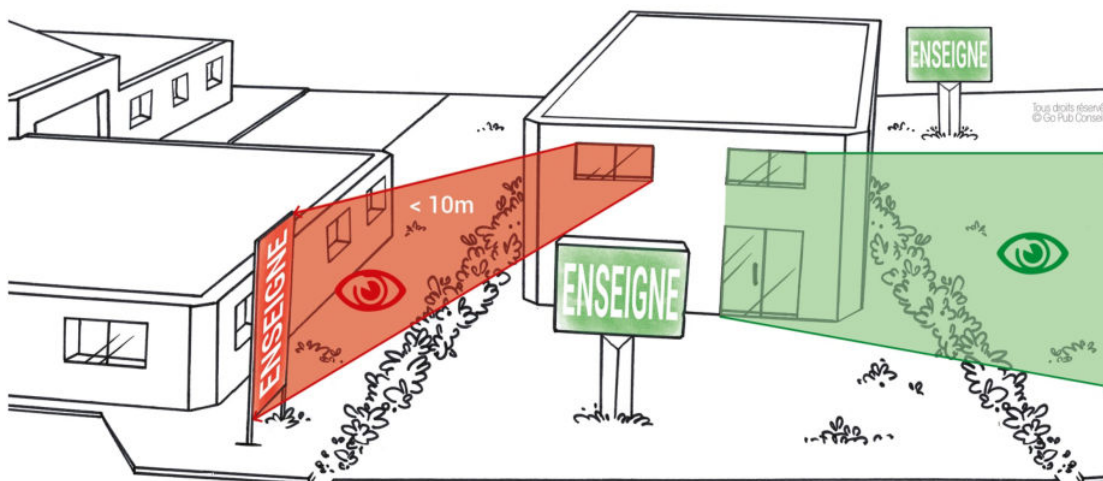
Elles sont particulièrement présentes sur les secteurs d'activités économiques de la communauté de communes, où les unités foncières plus généreuses par rapport aux centres-villes, permettent de les installer assez aisément.

Par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, elles participent activement à une saturation des paysages loin d'être négligeable sachant que ces caractéristiques pas toujours moindres se cumulent visuellement. Cet impact visuel particulièrement important est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités / préenseignes et enseignes.

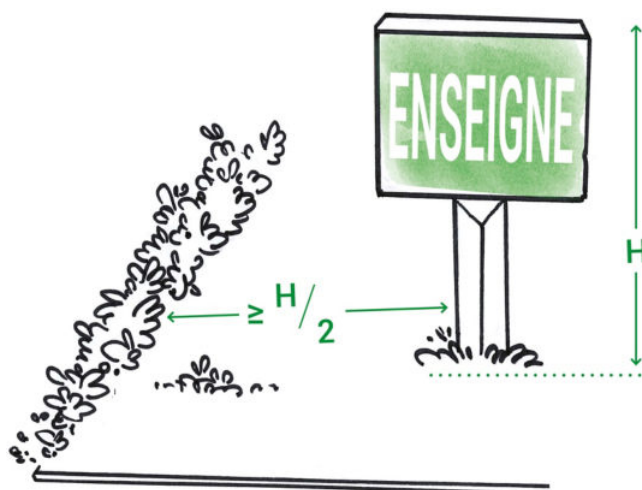
Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems, les chevalets ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations.

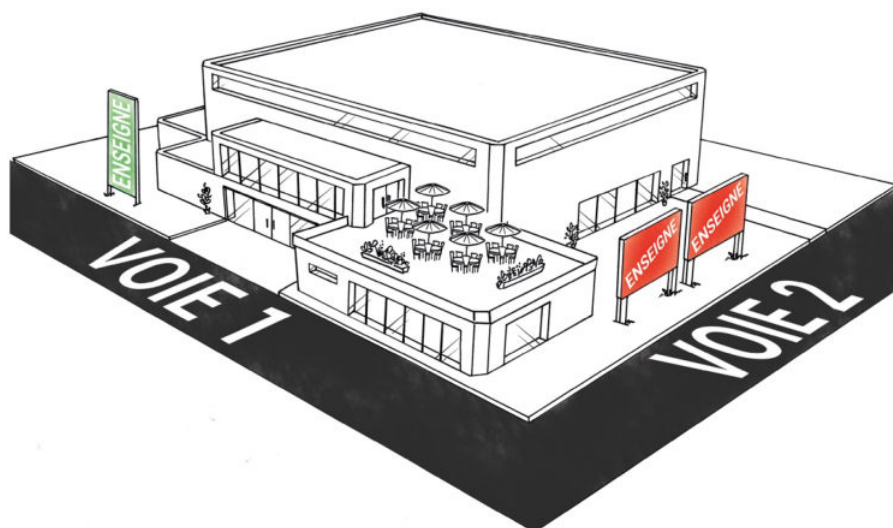
Ainsi, les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



De plus ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



Enfin la surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Sur le territoire de Questembert Communauté, on relève notamment des établissements ne respectant pas la règle du nombre maximal d'enseignes par voie bordant une activité donnée.



Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre à Malansac et Caden

Un autre problème paysager et règlementaire rencontré ici concerne le format de ces enseignes et notamment leur surface qui dépasse parfois largement 6 m².



Exemples d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la surface maximale admise à Questembert

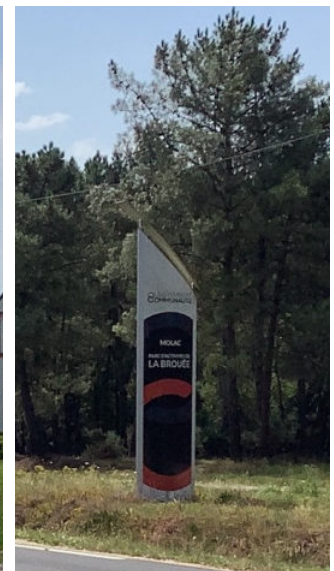
Par ailleurs certaines enseignes de ce type (souvent des mâts porte-drapeaux) ne font pas l'objet d'un maintien dans un état correct (mauvais état d'entretien) mais il s'agit de cas rares.

Globalement ces enseignes ont plutôt un format contenu correspondant à la taille des activités signalées et des zones dans lesquelles elles sont implantées.



Exemples d'enseignes scellées au sol au format contenu à Molac et Questembert

De plus, pour pallier ces problématiques et permettre une signalisation harmonieuse et moins impactante visuellement, des solutions privées (totems multi-activités) ou publiques (RIS, relais informations services) sont déjà en place dans la plupart des zones d'activités économiques importantes du territoire.



Exemples de RIS installés à Rochefort-en-Terre, Saint-Gravé et Molac



Exemples de RIS installés à La Vraie-Croix et Questembert

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas règlementée par le code de l'environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps une seule enseigne de ce type lorsqu'elles sont situées sur le domaine public (notamment les commerces et services de proximité en centre-ville, attention toutefois à la régularité de tels dispositifs qui nécessitent d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public pour être installés et être qualifiés d'enseignes ; sinon il s'agira de publicités ou préenseignes puisque situées hors de l'unité foncière dédiée à l'activité signalée) alors qu'elles ont tendance à être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings des établissements en zone d'activités commerciales).



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol : oriflammes, chevalets et panneaux posés directement sur le sol à Limerzel, Pluherlin et Rochefort-en-Terre

L'ensemble de ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale en vue d'en réduire les nuisances visuelles. Il pourra s'agir notamment de limiter leurs dimensions (surface, hauteur, largeur) et/ou leur nombre.

Par ailleurs, le RLPi pourra instituer des règles locales spécifiques aux enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

De même que les autres types d'enseignes, l'information pédagogique et la sensibilisation des acteurs économiques suite à l'élaboration de ce RLPi devrait permettre d'améliorer la situation avec une mise en conformité progressive des enseignes en infraction.

f) Les enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont relativement rares sur le territoire de Questembert Communauté.

Elles sont le plus souvent présentes en zones d'activités économiques et se présentent toutes sous forme de bâches ou de pancartes accrochées à des clôtures non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de point de vue malgré des surfaces qui semblent contenues.

De plus, elles sont souvent associées à d'autres types à l'impact paysager déjà notables (enseignes scellées au sol de grand format, enseignes parallèles au mur voire plus rarement enseignes sur toiture).

Cette catégorie d'enseignes n'est pas spécifiquement réglementée par le code de l'environnement. Il y a donc un fort enjeu local à fixer une limite en nombre et en surface sur cette catégorie d'enseignes voire à les proscrire a fortiori lorsqu'elles ne sont pas apposées sur un support aveugle dans un souci de parallélisme avec les publicités et préenseignes de caractéristiques similaires. Ainsi au même titre que les autres enseignes, la mise en place d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLPi permettra de mieux maîtriser l'insertion de ces enseignes dans leur environnement.



Exemples d'enseignes sur clôture à Molac et Caden

g) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu constituent la catégorie d'enseignes la moins rencontrée sur le territoire intercommunal. Les seules enseignes de ce type recensées ici sont présentes en zones d'activités à Questembert.

Tout comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles ont un impact visuel et donc paysager important puisque leurs caractéristiques propres les destinent à être vues de loin. Une attention particulière doit donc être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. En outre ces enseignes peuvent également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



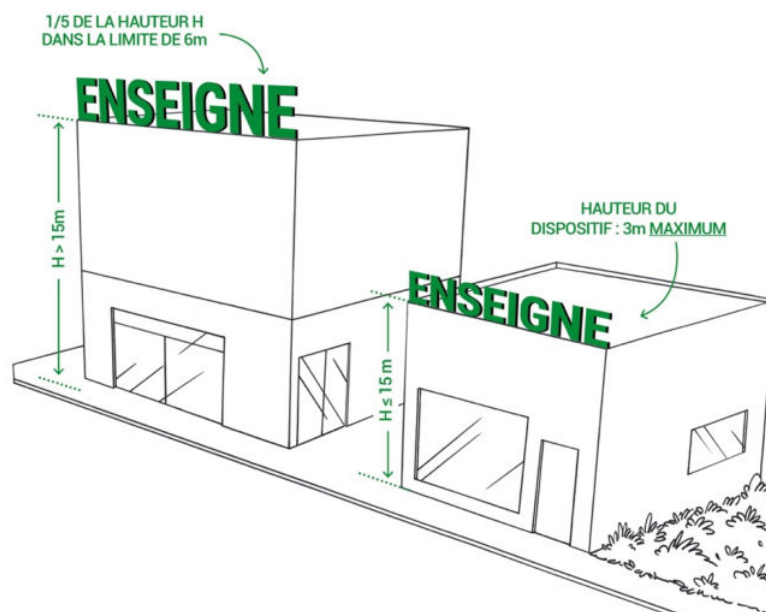
Exemples d'enseignes sur toiture à Questembert

Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques.

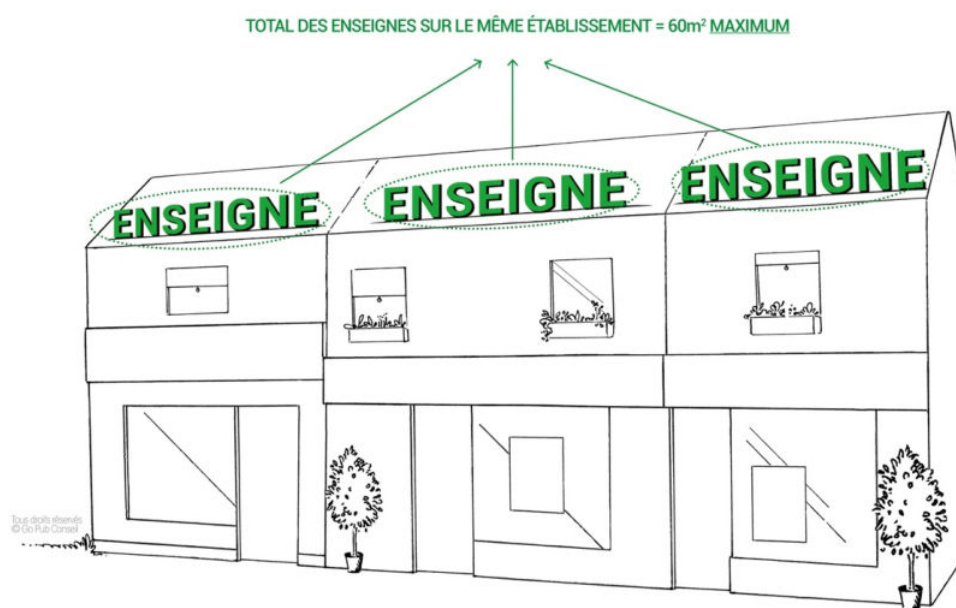
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 50 centimètres de haut.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement⁴⁹ est inférieure ou égale à 60 m². Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



Outre l'impact paysager dû à leur grande visibilité, ces enseignes ne posent pas vraiment de soucis au niveau de leur réalisation quoique leurs fixations soient parfois très visibles.

Afin de remédier à ces problématiques, le RLPi pourra par exemple proposer de réduire le format de ces enseignes voire de les interdire sur tout ou partie du territoire sachant que la plupart du temps elles auraient pu être installées sur la façade avec une visibilité équivalente pour les usagers.

h) Les enseignes lumineuses

Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type.

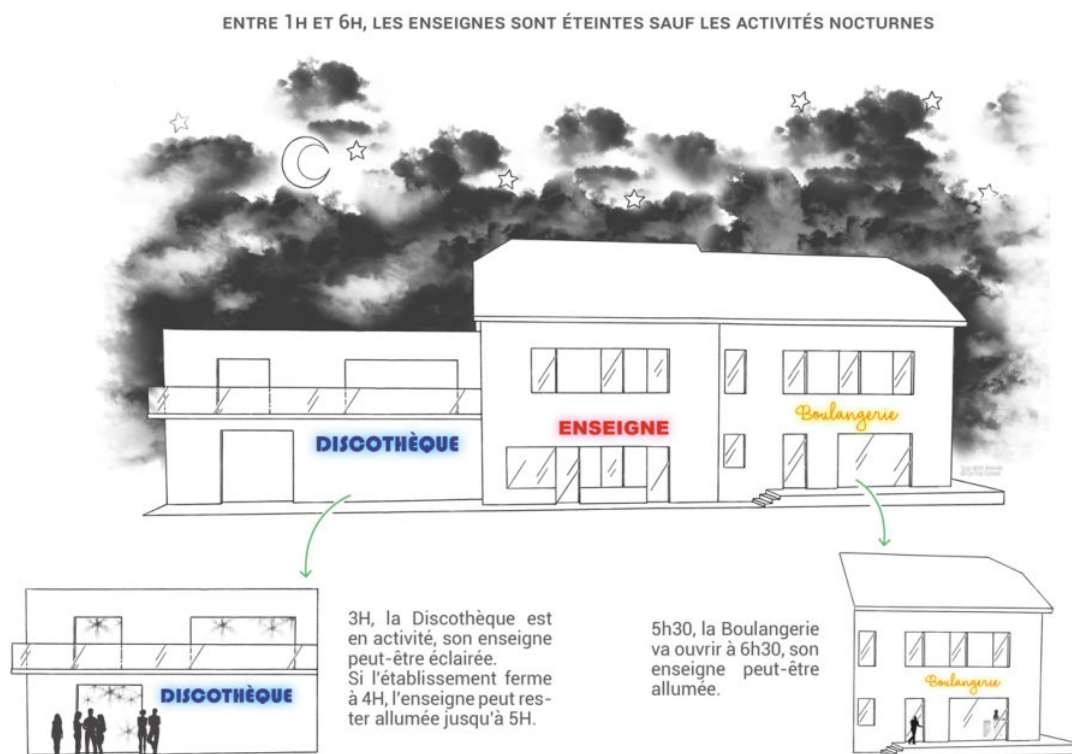
⁴⁹ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁰.

Elles sont éteintes⁵¹ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ... Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Les enseignes présentant un caractère lumineux sont très peu présentes sur le territoire de Questembert Communauté et surtout localisées à Questembert dans les zones d'activités économiques.

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence alors que les rares enseignes numériques signalent principalement des pharmacies et des stations-services dans un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement.

⁵⁰ Arrêté non publié à ce jour

⁵¹ L'article R581-59 du code de l'environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



Exemples d'enseignes éclairées par projection (spots) à Pluherlin et Limerzel



Exemples d'enseignes éclairées par serpentins de LED à Malansac et Questembert



Exemples d'enseignes numériques à Questembert, Rochefort-en-Terre et Malansac

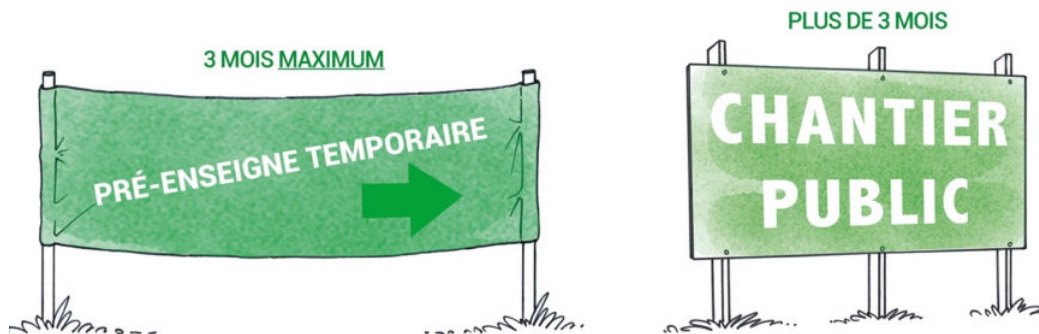
Le principal problème paysager posé par les enseignes lumineuses est leur extinction nocturne qui peut parfois ne pas être respectée. Il conviendra donc de s'appuyer sur la procédure d'élaboration de RLPi afin d'informer les acteurs économiques de leur obligation en la matière de manière à limiter la pollution lumineuse ainsi engendrée.

i) Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires :

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

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement⁵² » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée précédemment, notamment :

- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁵³ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁴.

Enfin, en fonction de leur typologie, les enseignes temporaires doivent respecter les règles suivantes :

- pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :
 - saillie ≤ 25 centimètres ;
 - ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
 - ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- pour les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :
 - ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
 - saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 mètres ;
- pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :
 - surface totale $\leq 60 \text{ m}^2$
- pour les enseignes temporaires de plus de 1 m^2 , scellées au sol ou installées directement sur le sol :
 - une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
 - règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
 - surface $\leq 12 \text{ m}^2$ (si 2° alinéa).

Sur le territoire de Questembert Communauté ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes scellées au sol et parfois apposées sur une clôture non aveugle pour des opérations immobilières, la promotion de locaux d'activités vacants ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.

⁵² Cf. règles du code de l'environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

⁵³ Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

⁵⁴ Arrêté non publié à ce jour



Exemples d'enseignes temporaires relevées à Questembert

Le futur RLPi pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact paysager de ces dispositifs sur le territoire mais aussi économique de sorte qu'aucun établissement n'ait la tentation de multiplier les enseignes temporaires pour bénéficier de droits qu'il n'aurait pas s'il s'agissait d'enseignes permanentes.

Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Dans sa délibération de prescription en date du 8 février 2021, le Conseil Communautaire de Questembert Communauté s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Assurer la qualité paysagère des entrées de ville et des centres-bourgs ;
- Garantir la visibilité des commerces et activités ;
- Proposer des règles explicites sur la qualité des dispositifs (couleurs, matériaux, intégration, ...) ;
- Proposer une unité des dispositifs dans certains secteurs et une cohérence dans les secteurs à enjeux patrimoniaux ;
- Moduler les règles en les adaptant selon les communes et les secteurs ;
- Garantir le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées par la publicité.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, Questembert Communauté s'est donné les orientations suivantes :

- **Orientation 1** : Harmoniser les formats publicitaires ;
- **Orientation 2** : Réguler la pression publicitaire afin d'éviter les phénomènes de doublons ;
- **Orientation 3** : Éviter les implantations très impactantes pour les paysages et le cadre de vie (toiture ou terrasse en tenant lieu, clôture, mur en pierre, ...) ;
- **Orientation 4** : Encadrer la luminosité de la publicité extérieure en instituant notamment une plage d'extinction nocturne adaptée ;
- **Orientation 5** : Améliorer ou préserver la qualité des enseignes en façades notamment dans les espaces patrimoniaux institutionnels (SPR, PDA, PPMH) comme vernaculaires (cœurs de bourgs) ;
- **Orientation 6** : Limiter la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol que ce soit en nombre ou en format ;
- **Orientation 7** : Encadrer les enseignes sur clôture ne faisant pas l'objet de règles spécifiques dans le code de l'environnement ;
- **Orientation 8** : Mettre en cohérence la réglementation applicable aux enseignes permanentes et aux enseignes temporaires pour éviter toute surenchère de signalisation.

Justification des choix retenus

1. Le zonage en matière de publicités et préenseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Questembert Communauté. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°0 (notée ZP0) couvre les périmètres patrimoniaux d'interdiction relative situées en agglomération (PPMH - périmètres de protection des monuments historiques, PDA - périmètre délimité des abords, SPR - site patrimonial remarquable, PNR – Parc Naturel Régional du Golfe) dans les communes de Berric, Caden, La Vraie-Croix, Larré, Lauzach, Limerzel, Malansac, Questembert et Rochefort-en-Terre.
- La zone de publicité n°1 (notée ZP1) couvre le reste du territoire intercommunal situé en agglomération et non concerné par des protections patrimoniales soit les centralités de toutes les communes membres de Questembert Communauté à l'exception de Berric et Lauzach.

Les secteurs situés en dehors des 2 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception⁵⁵.

La zone de publicité n°0 : les périmètres patrimoniaux d'interdiction relative situées en agglomération dans les communes de Berric, Caden, La Vraie-Croix, Larré, Lauzach, Limerzel, Malansac, Questembert et Rochefort-en-Terre.

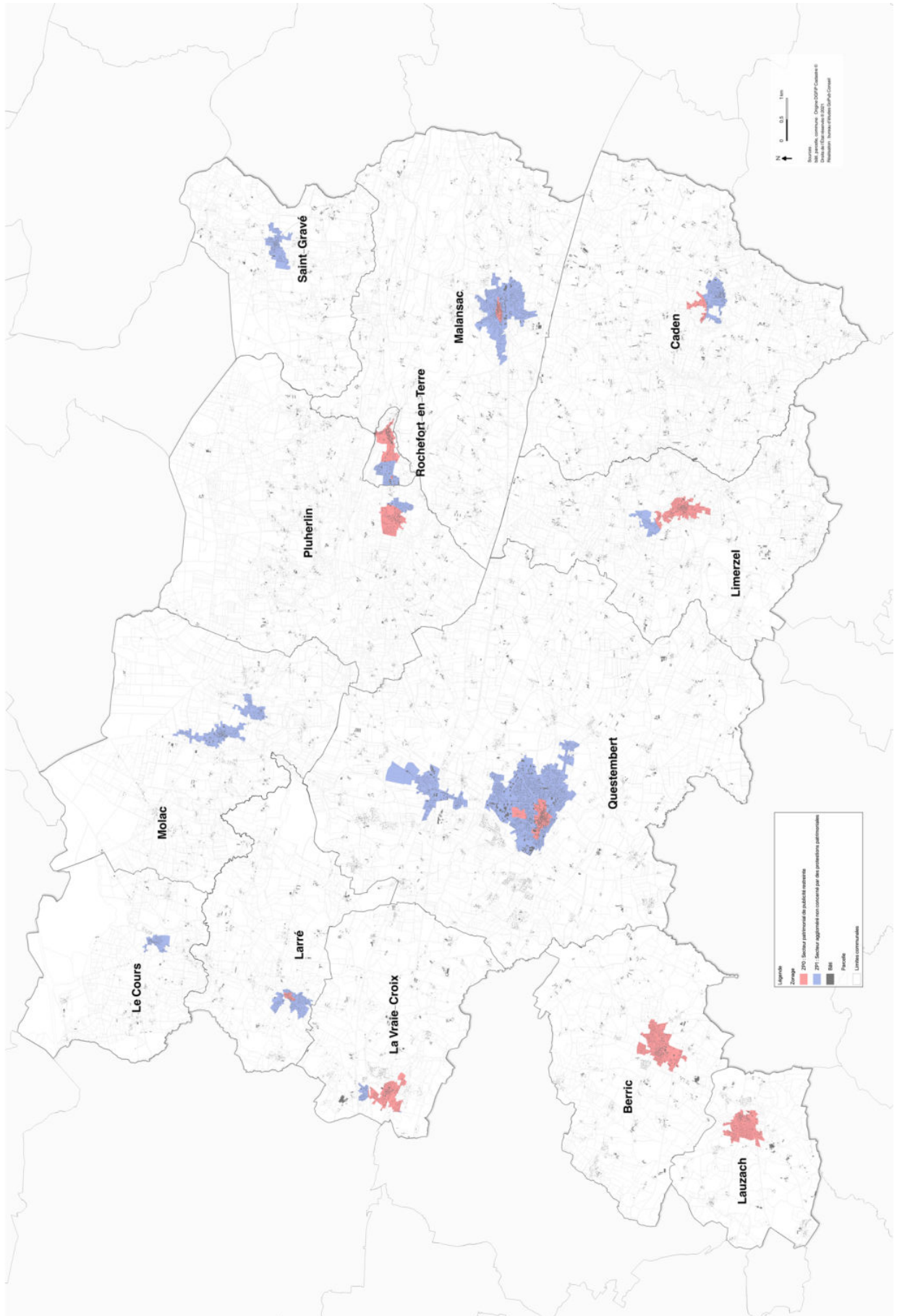
La délimitation de cette zone permet de tenir compte des interdictions relatives de publicités induites par ces différentes protections patrimoniales et de mettre en place une réglementation spécifique pour faire émerger une réelle identité patrimoniale au sein de ce secteur. Il s'agit de secteurs avec des protections particulières compte tenu de leur caractère patrimonial historique, architectural et esthétique.

La zone de publicité n°1 (notée ZP1) : le reste du territoire intercommunal situé en agglomération et non concerné par des protections patrimoniales (hors Berric et Lauzach).

Cette zone couvre principalement des secteurs à vocation principale d'habitat, d'équipement et les espaces urbains mixtes. Ainsi, cet espace a pour objectif de répondre à l'ambition de la communauté de communes d'encadrer la présence de supports publicitaires sur son territoire. Soumis à la pression publicitaire de manière modérée, il convient de tenir compte de la mixité des fonctions entre habitations et activités économiques de proximité de ce secteur. Il y a donc un fort enjeu de préservation des paysages dans cette zone tout en permettant une communication économique minimale.

⁵⁵ [La notion d'agglomération](#)

Zonage de publicité de Questembert Communauté



2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En toutes zones (ZP0 et ZP1), les publicités ou préenseignes peuvent être supportées à titre accessoire par du mobilier urbain si elles sont conformes aux dispositions du Code de l'environnement.

Le format du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques ne pourra avoir une surface unitaire excédant 2 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol lorsque ces supports sont autorisés. Les prescriptions auxquelles la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain est soumise sont fixées aux articles R .581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

En ZP0, les seules possibilités publicitaires sont celles décrites pour le mobilier urbain qui à titre dérogatoire pourra accueillir de la publicité à titre accessoire dans les conditions fixées par la réglementation nationale. Il s'agit de conforter le cadre patrimonial de ces espaces règlementairement protégés tout en permettant à la collectivité de disposer d'un minimum d'espace de communication à destination de sa population et des usagers. Cette possibilité s'explique donc par l'intérêt général et le service rendu au public par les abris destinés aux voyageurs et les mobiliers d'informations générales ou locales.

En ZP1, les contraintes adoptées par l'intercommunalité ont pour but de préserver les espaces publics ainsi que le cadre de vie des habitants et usagers de la commune dans des secteurs très majoritairement résidentiels tout en tenant compte de l'activité économique du territoire intercommunal.

Ainsi, au sein de ces espaces, qui sont tous compris dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas une unité urbaine de 100 000 habitants, il s'agit de reprendre les règles nationales applicables en pareil cas. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est donc interdite et la publicité ne pourra être installée que sur des murs aveugles dans la limite de 4 m² de surface unitaire et de 6 mètres de hauteur au-dessus du niveau du sol. Néanmoins, la publicité ne pourra être installée sur les murs en pierre apparente ou tout autre élément bâti identifié pour sa patrimonialité par le PLUi et cela dans un but de préservation du patrimoine local.

Afin de protéger ces espaces d'un surnombre publicitaire, il ne sera en outre possible d'installer qu'un unique dispositif par unité foncière.

Les seules publicités lumineuses éclairées par transparences sont autorisées. Elles seront éteintes entre 22 heures et 6 heures, ceci dans le but de faire des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse nocturne. Quant à la publicité numérique, elle est interdite sur l'ensemble de l'intercommunalité conformément à la réglementation nationale.

3. Le zonage en matière d'enseigne

Dans l'optique d'une prise en compte fine des enjeux de Questembert Communauté, 4 zones d'enseignes ont été distinguées dans le RLPi, à savoir :

- La zone d'enseigne n°0 (notée ZE0) qui est constituée par les périmètres patrimoniaux d'interdiction relative situées en cœurs urbains des communes de Rochefort-en-Terre (SPR et PPMH) et Questembert (PDA des vieilles Halles).
- La zone d'enseigne n°1 (notée ZE1) qui couvre les autres périmètres patrimoniaux d'interdiction relative situées dans les autres agglomérations du territoire intercommunal soit les PDA des communes de Questembert, Malansac et Larré ainsi que les PPMH des communes de La Vraie-Croix, Pluherlin, Caden et Limerzel.
- La zone d'enseigne n°2 (notée ZE2) qui est formée des cœurs de ville, bourgs ou autres secteurs agglomérés du territoire intercommunal non concernés par des périmètres patrimoniaux.
- La zone d'enseigne n°3 (notée ZE3) qui comprend les zones d'activités économiques d'intérêt communautaire (PA de la Haie à Lauzach, PA de Le Flachec à Berric, PA de la Hutte Saint-Pierre à La Vraie-Croix, PA de La Brouée à Molac, PA de Lanvaux à Saint-Gravé, PA de Penhoët à Caden, PA de l'Ardoise à Limerzel, PA de la Chaussée et de Bellevue à Malansac, PA de La Nuais et la Croix aux Moines sur Pluherlin et Rochefort-en-Terre, PA de Lenruit, Kervault, Bocquenay et la Gare Cléherlan à Questembert) ainsi que les grandes activités emblématiques et/ou d'importance intercommunale (golf de Caden, hippodrome de Questembert, ...).

Les enseignes situées dans des secteurs non zonés par le document graphique en annexe doivent se conformer aux mêmes dispositions que les enseignes situées en ZE3 et définies par le présent règlement dans ses articles ZE3.1 à ZE3.10.

La zone d'enseigne n°0 : les périmètres patrimoniaux d'interdiction relative situées en cœurs urbains des communes de Rochefort-en-Terre (SPR et PPMH) et Questembert (PDA des vieilles Halles).

Il s'agit du cœur patrimonial de Questembert Communauté. Il y a donc un intérêt fort à mettre en place des règles particulièrement strictes pour préserver les caractéristiques esthétiques, architecturales et paysagères de ces secteurs. Un travail de cohérence entre les prescriptions de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) et le RLPi a été mené.

La zone d'enseigne n°1 (notée ZP1) : les autres périmètres patrimoniaux d'interdiction relative situées dans les autres agglomérations du territoire intercommunal.

Ces espaces patrimoniaux font également l'objet d'un traitement spécifique avec la mise en place de règle légèrement plus souple qu'en ZE0. On retrouve néanmoins des marqueurs réglementaires forts sur ces secteurs.

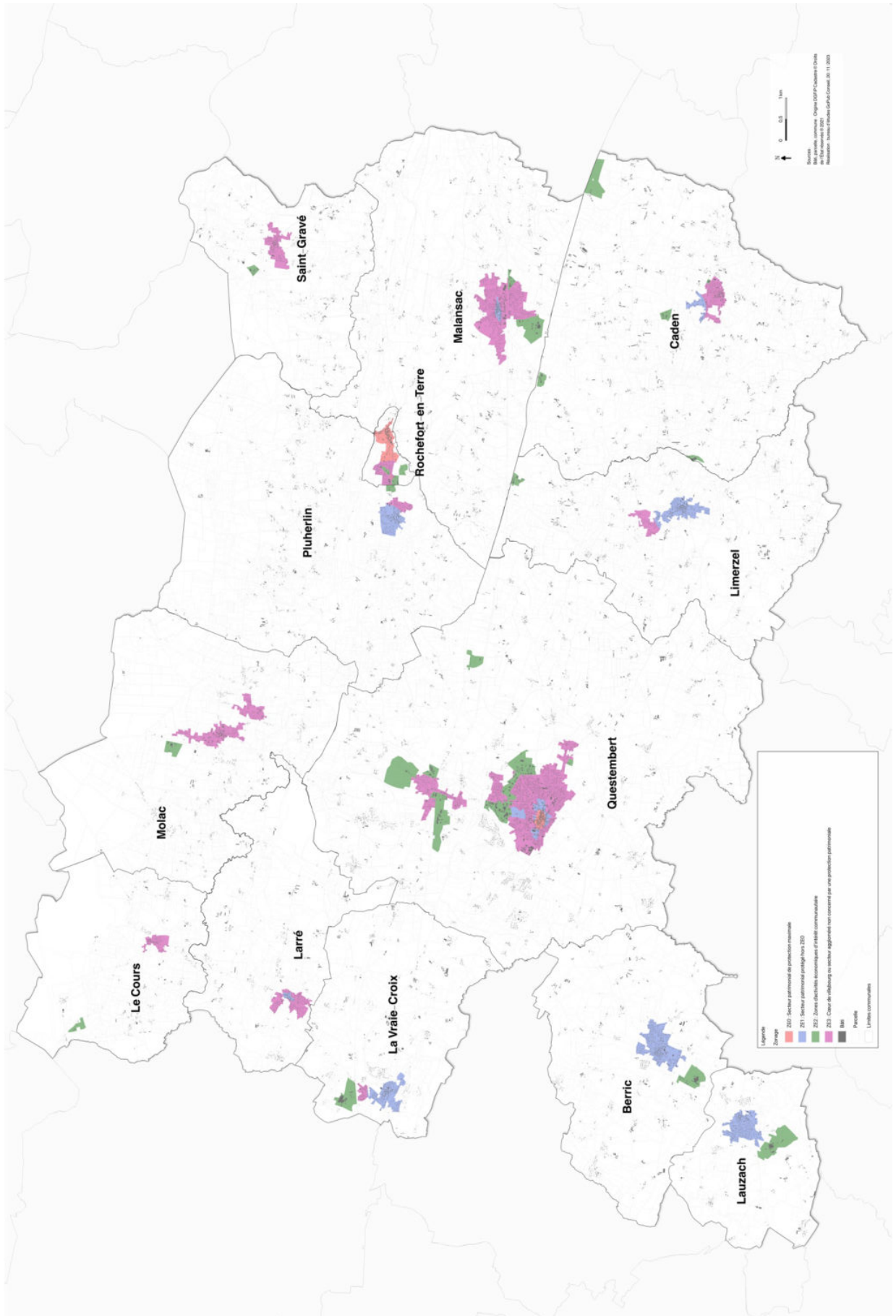
La zone d'enseigne n°2 (notée ZE2) : les cœurs de ville, bourgs ou autres secteurs agglomérés du territoire intercommunal non concernés par des périmètres patrimoniaux.

Il s'agit de secteurs où la valorisation du cadre de vie et des commerces doit être en cohérence avec les besoins de signalisation des acteurs locaux. Il s'agit d'une réglementation intermédiaire permettant d'apaiser ces espaces où les commerces de proximité sont présents tout en laissant des possibilités de signalisation suffisantes aux activités.

La zone d’enseigne n°3 (notée ZE3) : les zones d’activités économiques d’intérêt communautaire.

Il s’agit d’espace qui nécessite un traitement spécifique et homogène sur le territoire communautaire pour favoriser la visibilité des activités et acteurs économiques locaux. Tout en mettant en place des règles permettant d’encadrer les enseignes, cette zone sera néanmoins la plus souple en matière de réglementation.

Zonage d'enseignes de Questembert Communauté



4. Les choix retenus en matière d'enseignes

En se fondant sur les similarités urbanistiques et économiques des différents tissus urbains identifiés, le but est de simplifier et harmoniser au maximum les règles afin de garantir un cadre de vie de qualité pour tous tout en prenant en compte les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdira l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les auvents et les marquises ;
- les balcons ou balconnets ;
- les barres d'appui de fenêtre, balcon, balconnet ou baie ;
- les bâches ;
- les structures gonflables et les ballons.

En ZE0 et ZE1, les enseignes parallèles au mur sont interdites si elles occultent les éléments architecturaux ou décoratifs de la façade, ou les baies. Elles doivent être implantées sous la limite supérieure du RDC pour les activités exercées en RDC, sauf impossibilité technique à démontrer et leur longueur ne doit pas excéder la largeur de la vitrine commerciale (pas de débord sur les entrées d'immeuble). Ces règles d'implantations permettent aux enseignes de respecter les lignes architecturales des façades. En sus, les enseignes de la **ZE0** doivent respecter les règles suivantes :

- Réalisation des enseignes en lettres ou signes découpés ou peints sur la façade ;
- Interdiction des enseignes sur baies (vitrophanie extérieure) ;
- Hauteur de l'enseigne limitée à 0,30 m ;
- Saillie limitée à 0,15 cm ;
- Alignement de l'enseigne parallèle au mur principale avec l'enseigne perpendiculaire au mur ;
- Cumul avec l'enseigne perpendiculaire au mur limité à 10% de la façade commerciale.

En **ZE1**, les enseignes sur baies (vitrophanies) sont autorisées dans la limite d'1m² uniquement et le cumul avec l'enseigne perpendiculaire au mur est limité à 15% de la façade commerciale.

En ZE0 et ZE1, les enseignes perpendiculaires au mur devront également :

- Être implantées sous la limite supérieure du RDC pour les activités exercées en RDC, sauf impossibilité technique à démontrer ;
- Avoir une saillie limitée à 0,80 m ;
- Avoir une surface limitée à 0,50 m².

En ZE0, ces enseignes sont également limitées à une seule par établissement et doivent nécessairement être réalisées en lettres ou signes découpés (de préférence) en ferronnerie. En **ZE1**, les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à 1 seule par voie bordant l'établissement.

Ces règles d'implantation et de format ont pour but de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis dans ces espaces bénéficiant d'une identité architecturale et patrimoniale forte au sein du territoire.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les enseignes sur clôture et les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont strictement interdites en **ZE0 et ZE1** afin de préserver ces secteurs patrimoniaux.

Les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré demeurent autorisées dans la limite d'une seule par établissement si leur hauteur n'excède pas 1,2mètre. Cette limitation permet de se prémunir contre la récurrence de ces supports surtout dans les espaces urbains denses.

En **ZE2** et **ZE3**, les règles applicables aux enseignes parallèles et perpendiculaires sont plus souples mais sous toutefois plus restrictives que ce que permet la réglementation nationale. Ces enseignes doivent notamment respecter les règles suivantes :

- Une implantation sous la limite supérieure du RDC pour les activités exercées en RDC, sauf impossibilité technique à démontrer ;
- Un cumul entre l'enseigne perpendiculaire et parallèle au mur limité à 15% de la façade commerciale ;
- Une limitation à une seule enseigne perpendiculaire par façade d'un même établissement ;
- Une saillie limitée à 0,80m pour les enseignes perpendiculaires ;
- Une surface limitée à 0,50m² pour les enseignes perpendiculaires.

En ce qui concerne les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, il est d'abord rappelé la règle nationale de limite de nombre à une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. En **ZE2**, ces enseignes sont interdites. Alors qu'elles ne pourront avoir une surface unitaire excédant 6 mètres carrés ni dépasser la hauteur maximale de 6 mètres au-dessus du niveau du sol en **ZE3**. Dans le cas où plusieurs établissements exercent leurs activités sur une même unité foncière, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol devront être regroupées sur un (ou plusieurs) même support(s). Cela vise à éviter d'avoir un dispositif par activité ce qui pourrait avoir un effet très préjudiciable en termes de paysage avec la multiplication des supports sur un même espace.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale (chevalets, kakémonos, ...). Pourtant, elles posent un problème paysager important notamment en centres villes sur le domaine public où elles sont le plus souvent implantées mais aussi le long des voies et axes structurants. La collectivité a donc fait le choix de limiter leur nombre à deux placées le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. De plus, dans un souci de cohérence entre les enseignes, leur hauteur est limitée à 5 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu seront fortement contraintes mais tout de même autorisées en **ZE3** afin de permettre la signalisation d'activités importantes avec une implantation obligatoire au plus près de l'acrotère ou du plan de toiture et une hauteur limitée à 2 mètres. La surface cumulée de ces enseignes est également limitée à 30m² contre 60m² au titre de la réglementation nationale. L'objectif étant de diminuer fortement l'impact de ces enseignes sur le cadre de vie et les perspectives paysagères.

Enfin les enseignes sur clôture, qui ne bénéficient aujourd'hui d'aucune règle spécifique dans le Code de l'environnement seront limitées à une seule par voie bordant l'établissement et 6 mètres carrés maximum.

Dans un souci de limiter la pollution lumineuse et réaliser des économies d'énergie, quelles que soient leurs horaires d'ouverture, les enseignes lumineuses sont éteintes dès la cessation d'activité de l'établissement et ne peuvent être allumées qu'à la reprise de cette activité. Cette plage d'extinction nocturne s'applique à l'ensemble du territoire.

Par ailleurs, le RLPi impose qu'aucune enseigne ne doive par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. Les enseignes lumineuses ne doivent pas être éblouissantes.

En ZE3, les enseignes numériques seront limitées à une seule par établissement d'une surface maximale de 4 mètres carrés ou 4 mètres carrés pour la partie de l'enseigne qui est numérique. Les enseignes numériques sont interdites sur le reste du territoire sauf si elles signalent un service d'urgence, une pharmacie ou une station-service. Pour le cas des stations-services, cette exception est autorisée uniquement en ZE1, ZE2 et ZE3. Lorsqu'elles sont autorisées, les enseignes numériques sont limitées à 1 mètre carré ou 1 mètre carré pour la partie de l'enseigne qui est numérique.

Enfin, et sauf précisions contraires, les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes interdictions et règles que les enseignes permanentes vues précédemment pour les mêmes raisons. Cela permettra d'éviter la surenchère d'enseignes à l'occasion de manifestation temporaire ou encore d'opérations immobilières ou commerciales. Le RLP prévoit une exception concernant les bâches qui peuvent être utilisées pour des événements ciblés et uniquement en ZE1, ZE2 et ZE3.