



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DE MAINE-ET-LOIRE



**Direction départementale
des territoires**

Service eau environnement forêt
Unité cadre de vie et biodiversité
Bâtiment M

Le Préfet du Maine-et-Loire

à

**Monsieur le Maire
Mairie
rue Hippolyte Maindron
Champtoceaux
49270 ORÉE D'ANJOU**

Référence : SEEF/UCVB --2017- 321

Affaire suivie par : Lucette MONNIER
lucette.monnier@maine-et-loire.gouv.fr
Tél. 02 41 86 66 64 – Fax : 02 41 86 64 59

Angers, le **19 OCT. 2017**

Objet : Avis sur l'arrêt de projet de Règlement Local de Publicité (RLP)

Par courrier reçu le 18 juillet 2017, vous avez bien voulu me faire parvenir, pour avis, conformément aux dispositions de l'article L. 581-14-1 du Code de l'environnement, le projet de RLP de votre commune, arrêté par délibération du conseil municipal du 29 juin 2017.

L'examen de ce projet appelle de ma part les observations suivantes relatives à la prise en compte des orientations définies dans le rapport de présentation, et à la prise en compte des enjeux paysagers et patrimoniaux, de la réglementation.

Le diagnostic est bien conduit et permet d'avoir une vision d'ensemble de la problématique à traiter sur le territoire communal. Les orientations et objectifs qui découlent du diagnostic sont conformes aux objectifs déterminés par la commune dans la délibération prescrivant l'élaboration du RLP. Ils sont clairement énoncés et visent à protéger le cadre de vie et à encadrer de façon mesurée le développement publicitaire.

Aussi, il est intéressant de souligner la démarche volontaire de la commune de vouloir encadrer la publicité et réglementer les enseignes dans les bourgs et plus particulièrement sur leurs entrées, et aussi de préserver ses paysages par l'interdiction de publicité sur ces secteurs.

Copies : Dreal Pays de la Loire-SRNP/DSP, SDAP 49

Les orientations et leur traduction par le projet :

Le RLP prévoit la création de deux zones réglementant la publicité au-delà du règlement national de publicité (RNP) : ZP1 pour les bourgs et villages principaux, ZP2 pour les entrées de ville.

Concernant l'orientation « Valoriser la qualité esthétique des centres bourgs » : La création d'un zonage ZP1 améliorera modestement la qualité des centres-bourgs en interdisant les dispositifs publicitaires sur les murs d'enceinte et les clôtures, et en limitant le nombre des panneaux muraux à un au lieu de deux par unité foncière.

La volonté d'interdire la publicité sur des bâtiments d'intérêt patrimonial est pertinente et sera porteuse d'effet. Il est regrettable que la liste de ces bâtiments ne soit pas jointe au rapport de présentation, celle-ci n'ayant pas encore été arrêtée par arrêté municipal. L'arrêté municipal devra être joint au dossier qui sera mis à l'enquête, sous peine d'irrégularité.

Concernant l'orientation « Améliorer les axes d'entrée de ville », le projet est cohérent, la zone ZP2 (axes des entrées des bourgs principaux) interdisant la publicité sauf exceptions listées. Il aurait été pertinent d'y interdire aussi les chevalets et d'y réglementer les pré-enseignes temporaires de manière plus restrictive que le RNP. La prise en compte de l'enjeu esthétique des enseignes est succinct et sera difficile à instruire.

Concernant l'orientation « Garantir l'expression publicitaire et la visibilité des entreprises dans et hors agglomération », le choix a été fait de ne pas réglementer les enseignes et la publicité au-delà du règlement national de publicité dans les zones d'activités. Dans la mesure où certaines zones d'activités structurantes du territoire se situent sur des axes routiers importants ou en entrée de bourg, il serait bienvenu que la collectivité engage à moyen terme une réflexion sur la qualité des zones d'activités, de manière à encadrer l'implantation des dispositifs et contribuer de fait à l'amélioration du cadre de vie des habitants. Les zones d'activités pourraient faire à terme l'objet d'un zonage spécifique harmonisant les enseignes (totems, bandeaux), il y serait judicieux d'y interdire les enseignes numériques.

Enfin, le RLP envisage la possibilité d'autoriser la pose d'enseignes scellées au sol en zone agglomérées. Or compte tenu de leur caractère hétéroclite (par leurs formes, coloris et matériaux) celles-ci ne sont pas de nature à améliorer la qualité esthétique des bourgs, ni la mobilité des habitants. Dès lors, au regard du diagnostic réalisé, l'interdiction de ces dispositifs en ZP1 et ZP2 (sauf pour les cas d'activités exercées en retrait de la voirie) doit être envisagé.

Le zonage et règlement du RLP :

Les limites des agglomérations affichées dans le projet, comportent des zones non agglomérées, ce qui peut apparaître contradictoire. Pour autant le projet de RLP interdit la publicité sur les parcelles non bâties.

Le RLP est un document juridiquement indépendant. Il doit être autoportant et se suffire à lui-même. Or, le règlement et le zonage renvoient aux éléments du plan local d'urbanisme (PLU : zonage N et A en particulier). Dès lors, l'ensemble de ces éléments doivent être retraduits explicitement dans le RLP, sous peine d'irrégularité.

Concernant les villages et les hameaux, il est nécessaire de rappeler que la seule référence au RNP pour « protéger » les villages et hameaux détachés des agglomérations au sens urbain matérialisés par des panneaux d'entrée-sortie de ville ne s'avérera pas suffisante. En effet, certains villages en coteaux pourront être considérés en zones agglomérées par le RNP et donc accueillir de la publicité murale ce qui est déjà le cas.

Prise en compte du patrimoine paysager

Compte tenu de la grande qualité du patrimoine paysager communal il est nécessaire de prolonger l'effort de la collectivité en interdisant toute publicité sur le hameau de la Patache à Champtoceaux. De plus, il serait nécessaire pour une meilleure clarté (pour le public et lors de l'instruction) de relever de manière exhaustive les secteurs d'interdiction stricte et relative de la publicité (sites classés, SPR, sites Natura 2000), de les cartographier au plan de zonage. A ce titre, la ZP1 inclut le site classé du Champalud, où toute publicité même murale est interdite. Le périmètre de la ZP1 doit être revu en tenant compte de la servitude.

En conclusion, sur la base d'un diagnostic pertinent et documenté, la commune d'Orée d'Anjou envisage de mettre en œuvre un projet équilibré améliorant sensiblement les abords et le cœur des agglomérations du territoire et d'en garder l'intérêt patrimonial et paysager, tout en garantissant l'expression publicitaire.

Dès lors, **j'émet un avis favorable** au projet de RLP sous réserves :

- d'exclure de la ZP1 le site classé du Champalud et d'interdire toute forme de publicité au hameau de la Patache,
- d'exclure les enseignes scellées au sol dans la ZP1 et la ZP2 (à l'exception des activités en retrait de voirie),
- de retraduire explicitement dans le RLP les éléments faisant référence au PLU

Le Préfet de Maine-et-Loire,


Bernard GONZALEZ

Note technique

Règlement Local de Publicité de la commune d'Orée d'Anjou

La présente note complète l'avis de Monsieur le Préfet concernant le RLP d'Orée d'Anjou dont elle constitue une annexe.

Sur le rapport de présentation :

1) Le préambule :

Page 8 : Dans le cadre de la Loi LCAP, l'interdiction de publicité est portée à 500 mètres dans le champ de visibilité des monuments historiques. Le modifier. À ce titre il a été fourni une carte qui ne permet pas de superposer les zones du RLP et ces zones de restriction. La joindre au rapport.

Page 9 : Sur l'implantation des publicités murales, préciser que leur surface est de 4 m² maximum, entourage compris, pour une hauteur maximum de 6 m. Pour ce qui concerne la taille des dispositifs, le RLP en ZP1 reprend les dispositions du RNP (R.581-26-II) cependant il est nécessaire de préciser si le cadre est inclus ou non.

Page 10 : Les schémas sont petits et difficiles à interpréter. L'énumération (musées, monuments historiques ouverts au public, production et vente de produits du terroir) des types d'activités qui peuvent être signalés par le biais de pré-enseignes dérogatoires serait plus facile pour l'instruction.

2) Le diagnostic :

Page 32 et autres plans des communes: Il serait plus lisible de faire apparaître les zones agglomérées et non les zonages du PLU.

Page 58 : La synthèse des enjeux ne tient pas assez compte de la problématique des enseignes.

Sur le règlement :

art C1 : depuis la loi LCAP, l'avis de l'ABF est requis dans un périmètre de visibilité des monuments historiques de 500m, le modifier. La taille maximale des surface des enseignes doit être précisée. A minima, ce seront celles du RNP : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. La surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale est inférieure à 50m².

Le RLP devra préciser le délai de mise en conformité des dispositifs existants (deux ans pour les dispositifs installés en règle vis-à-vis du RNP avant la date d'approbation, immédiat pour les autres).

Sur les plans de zonage :

Les plans et les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomérations devront être joints au dossier pour l'enquête publique.

L'arrêté municipal interdisant la publicité sur les bâtiments d'intérêt historique et pittoresque sera joint au dossier d'enquête.

Les plans devraient préciser de manière exhaustive les zones interdites de publicité stricte et relatives (site classé, SPR, sites Natura 2000).

Pour faciliter la lecture des plans de zonages, et faciliter l'instruction, il pourrait être ajouté en fond de plan le réseau viaire.

