



CONSEIL MUNICIPAL DU 07 JUILLET 2023

L'An deux mil vingt-trois, le sept juillet, les membres du Conseil Municipal de la Commune de Bannalec se sont réunis en séance à 18h15, salle du Conseil en Mairie, sur la convocation qui leur a été donnée le trente juin deux mil vingt-trois, conformément aux articles L.2121-10 et L.2121-12 du Code général des collectivités territoriales.

Effectif légal du conseil municipal : 29

Nombre de conseillers en exercice : 29

Etaient présents :

M. Christophe LE ROUX, Mme Marie-France LE COZ, M. Jérôme LEMAIRE, Mme. Christelle BESSAGUET, Mme Odile LE CANN, M. Roger CARNOT, Mme Marie DUIGOU, M. Guy DOEUFF, Mme Annie BARRAULT, M. René PRAT, Mme Marie-José TOULLEC, M. Denis BARGUIL, Mme. Françoise MONNIER, Mme Martine PRIMA, M. Patrice CHAVRIER, Mme Christelle COUTHOUIS, M. Olivier LE BOUETTÉ, Mme. Florence LE MEUR, M. Arnaud TAERON, M. Gaëtan PRIMA, M. Frédéric GUELTE, Mme. Anne-Laure RIGNAULT, M. Vincent BRATZLAWSKY, M. Rayan LE CALLOCH.

Etaient absents :

M. Sylvain DUBREUIL, excusé a donné pouvoir à Mme Marie DUIGOU
M. Michel LE BERRE, excusé a donné pouvoir à M. Roger CARNOT
Mme. Marie-Hélène NAVINER, excusée a donné pouvoir à Mme Marie-José TOULLEC
M. Romuald FEVRIER, excusé a donné pouvoir à M. Guy DOEUFF
Mme. Sabrina LOUIS, excusée a donné pouvoir à Mme. Christelle BESSAGUET

La séance a été ouverte sous la présidence de M. Christophe LE ROUX, Maire.
Le Conseil Municipal a élu M. Rayan LE CALLOCH comme secrétaire.

DEL07.07.2023-032 : Elaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) : débat sur les orientations.

Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement ;
Vu l'arrêté préfectoral en date du 26 juin 2017 portant statuts de Quimperlé Communauté et actant le transfert de compétence « Plan local d'urbanisme, documents d'urbanisme en tenant lieu et carte communale » à Quimperlé communauté à compter du 1er janvier 2018 ;
Vu le code de l'environnement, notamment l'article L.581-14-1 qui prescrit que les règlements locaux de publicité sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme ;
Vu le code de l'urbanisme, notamment l'article L.153-12 qui prescrit qu'un débat au sein du conseil communautaire et des conseils municipaux sur les orientations du projet doit se tenir deux mois au plus tard avant l'examen du projet ;
Vu la délibération en date du 6 février 2020 qui prescrit l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunal, fixe les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;
Vu le débat sur les orientations du RLPi qui a eu lieu au sein du conseil communautaire de Quimperlé Communauté le 29 juin 2023 ;
Vu l'annexe à la convocation des conseillers municipaux comportant une synthèse du diagnostic et une synthèse des orientations ;

Contexte

Un RLPi édicte des prescriptions à l'égard des publicités, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national, peuvent être générales ou ne s'appliquer qu'à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression, ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

La procédure d'élaboration du RLPi est identique à celle du PLUi. Cela conduit à la tenue d'un débat sur les orientations du règlement en conseil communautaire et dans les conseils municipaux.

Éléments de diagnostic

Le diagnostic, élément constitutif du rapport de présentation du RLPI, mesure l'impact paysager de la publicité, des préenseignes, des enseignes et des mobiliers urbains accessoirement publicitaires.

286 dispositifs publicitaires de plus de 1,5 m² ont été recensés sur le territoire :

- 85 sur Quimperlé
- 201 sur les autres communes

Les surfaces vont de 1,5 à 12 m², dont 64 % de dispositifs inférieurs à 2 m². La majorité des dispositifs installés sont scellés au sol. Une très faible proportion est éclairée. 12 mobiliers urbains sont répartis sur 3 communes : Bannalec (2), Moëlan-sur-Mer (4) et Scaër (6). Ils ont tous une surface de 2 m². 130 dispositifs sur 282 sont illégaux au regard du règlement national de publicité, 5 à Quimperlé et 125 dans les autres communes. Les infractions sont majoritairement dues à la localisation hors agglomération où la publicité est interdite.

Beaucoup d'enseignes perpendiculaires sont installées de façon anarchique et en grand nombre. Elles doivent être encadrées pour améliorer leur lisibilité et embellir les perspectives.

La synthèse des études a permis d'identifier 5 typologies de lieux et d'y associer les premiers enjeux :

- le patrimoine naturel,
- le patrimoine architectural,
- les zones d'activités,
- le réseau viaire,
- les quartiers résidentiels.

Orientations

Les orientations en matière de publicité extérieure constituent le socle commun du RLPi qui sera traduit réglementairement pour chaque commune de Quimperlé Communauté. Ces orientations sont les suivantes :

> Pour les publicités :

- à l'échelle intercommunale :
 - Limiter la densité
 - Autoriser la publicité sur mobilier urbain dans des secteurs protégés
 - Encadrer la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines
 - Fixer des horaires d'extinction pour la publicité lumineuse
- à l'échelle des Communes hors Quimperlé : application du RNP
- à l'échelle de Quimperlé
 - Organiser et maîtriser la publicité aux entrées de ville
 - Réduire la surface de dispositifs
 - Organiser la publicité dans les secteurs résidentiels
 - Améliorer l'esthétique des dispositifs
 - Anticiper l'arrivée de publicité numérique

> Pour les enseignes :

- à l'échelle intercommunale
 - Augmenter la qualité des enseignes en centre bourg
 - Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires
 - Harmoniser le format des enseignes scellées au sol
 - Anticiper et encadrer l'arrivée des enseignes numériques
 - Fixer des horaires d'extinction pour les enseignes lumineuses

Le conseil municipal après en avoir délibéré,

Prend acte de la tenue d'un débat sur les orientations du règlement local de publicité intercommunal.

Délibération adoptée à l'unanimité

EXTRAIT CERTIFIÉ CONFORME,

Le Maire,



Christophe LE ROUX

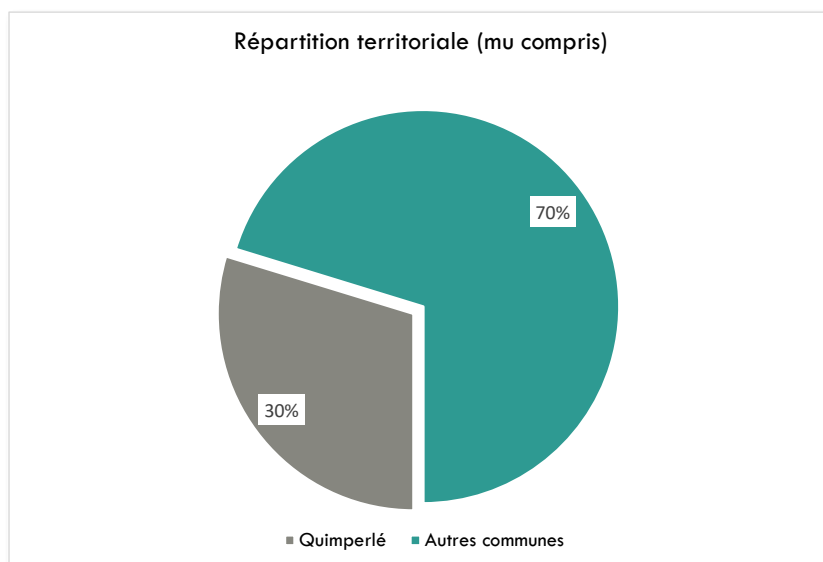
Annexe RLPi – Synthèse du diagnostic et des orientations

A. SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC

A. SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC PUBLICITE

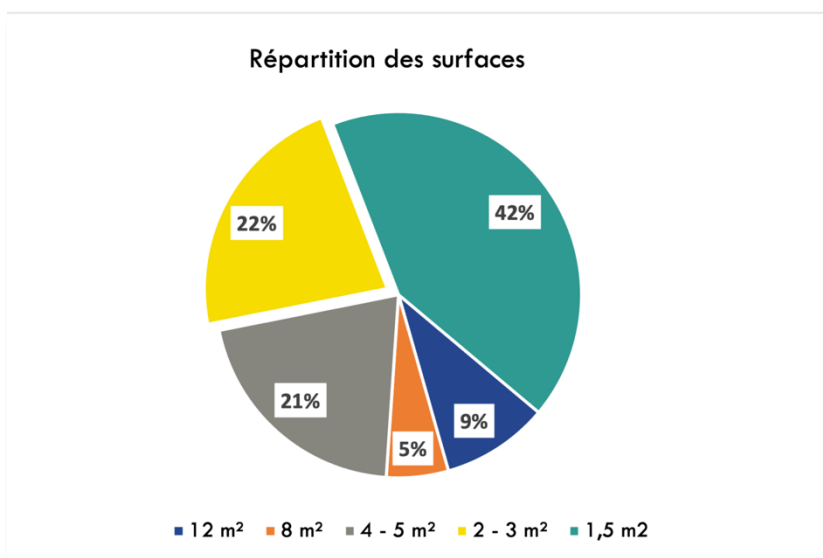
286 dispositifs publicitaires de plus de 1,5 m² ont été recensés sur le territoire :

- 85 sur Quimperlé
- 201 sur les autres communes

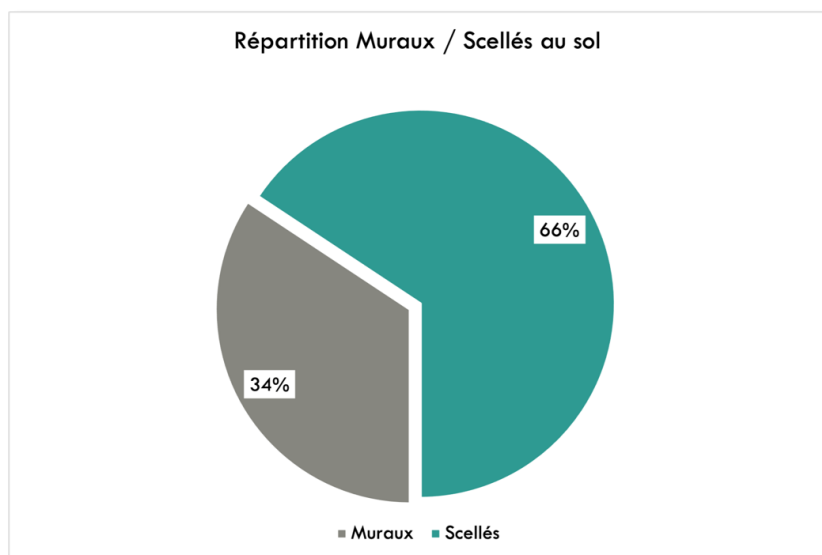


Hors mobilier urbain (mu - 12 dispositifs), les données sont les suivantes :

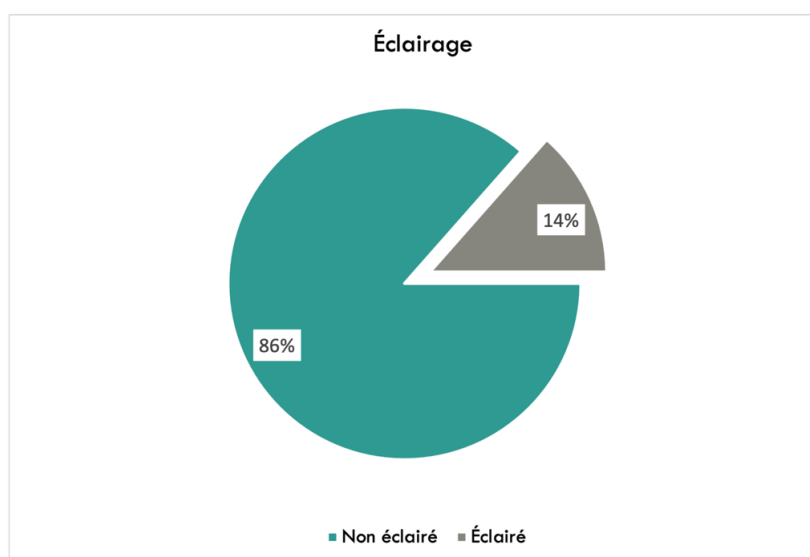
Les surfaces vont de 1,5 à 12 m², dont 64 % de dispositifs inférieurs à 2 m².



La majorité des dispositifs installés sont scellés au sol :



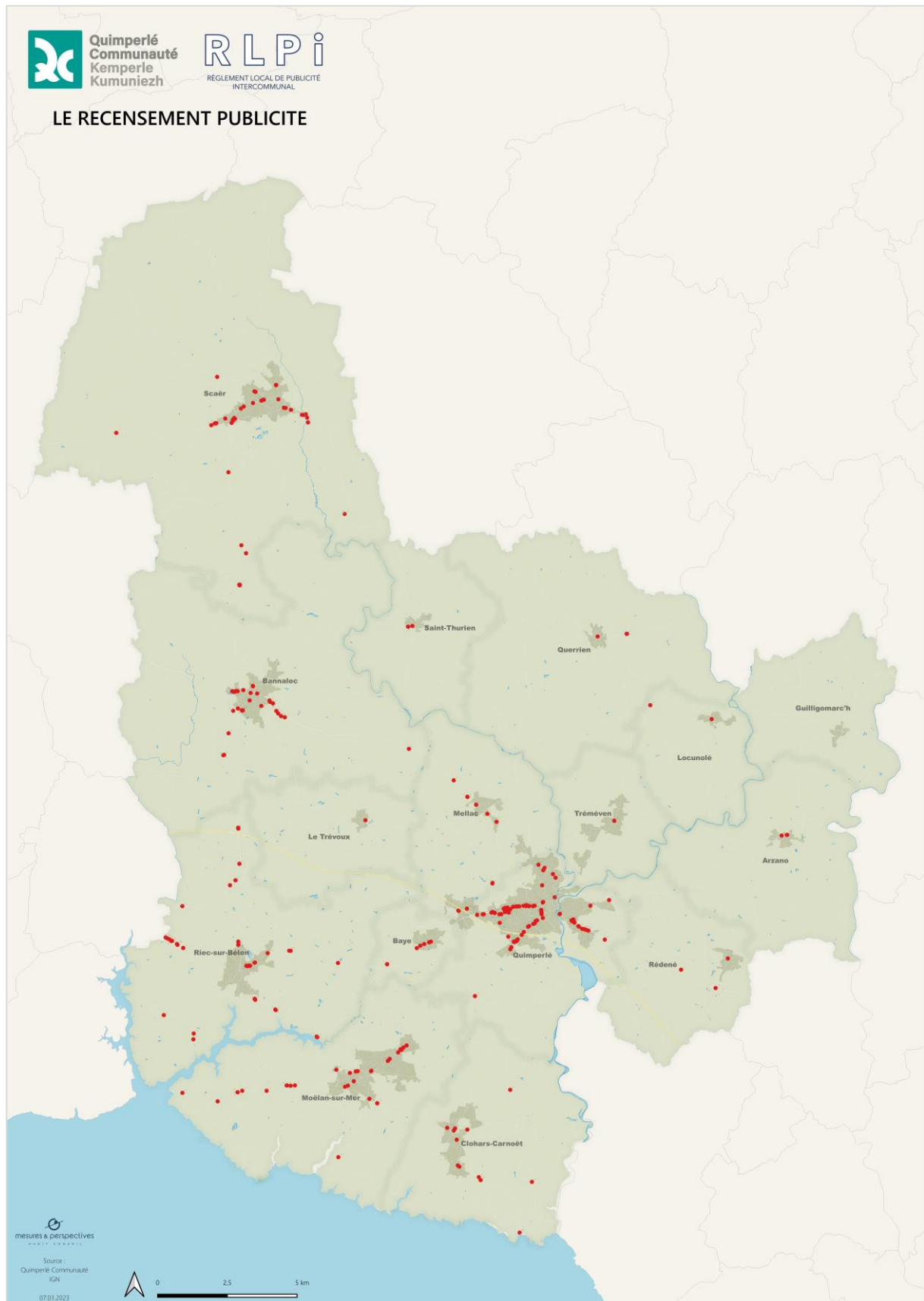
Une très faible proportion est éclairée :



Aucun dispositif de publicité numérique n'a été identifié lors du recensement (mars 2023).

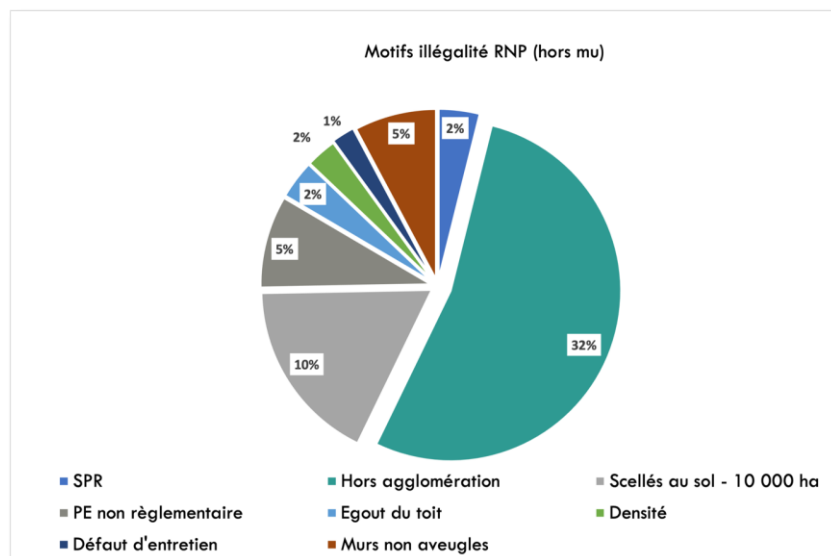
Les 12 mobiliers urbains sont répartis sur 3 communes : Bannalec (2), Moëlan-sur-Mer (4) et Scaër (6). Ils ont tous une surface de 2 m².

Si les implantations sont diffuses sur le territoire, une forte concentration est constatée à Quimperlé.



Carte du recensement réalisée par le bureau d'études

130 dispositifs sur 282 sont illégaux au regard du règlement national de publicité, 5 à Quimperlé et 125 dans les autres communes. Les infractions sont majoritairement dues à la localisation hors agglomération où la publicité est interdite.



B. SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC ENSEIGNES

Les enseignes respectent majoritairement les règles du Règlement National de la Publicité (RNP). Nombre d'entre elles s'intègrent bien à l'architecture.

Les enseignes sur toiture sont rares sur le territoire mais souvent illégales (structure trop visible).

Par ailleurs, beaucoup d'enseignes perpendiculaires sont installées de façon anarchique et en grand nombre. Elles doivent être encadrées pour améliorer leur lisibilité et embellir les perspectives.

Les enseignes scellées au sol, quelle que soit leur surface, nécessitent un traitement, afin de les distinguer des dispositifs publicitaires et de leur donner une forme menant à une harmonisation de présentation à Quimperlé Communauté.

La luminosité des enseignes numériques peut générer de nuisances environnementales.

C. SECTEURS A ENJEUX

La synthèse des études a permis d'identifier 5 typologies de lieux et d'y associer les premiers enjeux.

Le patrimoine naturel

La majorité des espaces dans ce type est en milieu non aggloméré. La publicité y est interdite par le Code de l'environnement.

Ces espaces de nature et paysagers, plus ou moins aménagés, sont appréhendés au regard de leur valeur écologique, mais également pour leur rôle d'éléments du cadre de vie. L'enjeu est de préserver ces espaces des implantations publicitaires lorsqu'ils se trouvent dans les secteurs agglomérés et pour les enseigner de définir des règles pour le respect visuel des sites.

Le patrimoine architectural

Ces différents secteurs englobent un patrimoine architectural et urbain de qualité dont la préservation et la mise en valeur exigent une réglementation spécifiquement adaptée. La possibilité de réintroduire la publicité dans certains de ces secteurs doit être très mesurée.

La préservation du patrimoine doit également conduire à une réglementation ayant pour but une bonne insertion des enseignes dans le bâti.

Les zones d'activités

La présence de la publicité et des enseignes doit être maîtrisée de manière à limiter leur impact et donner une meilleure lisibilité à ces zones à localisation très éparpillée.

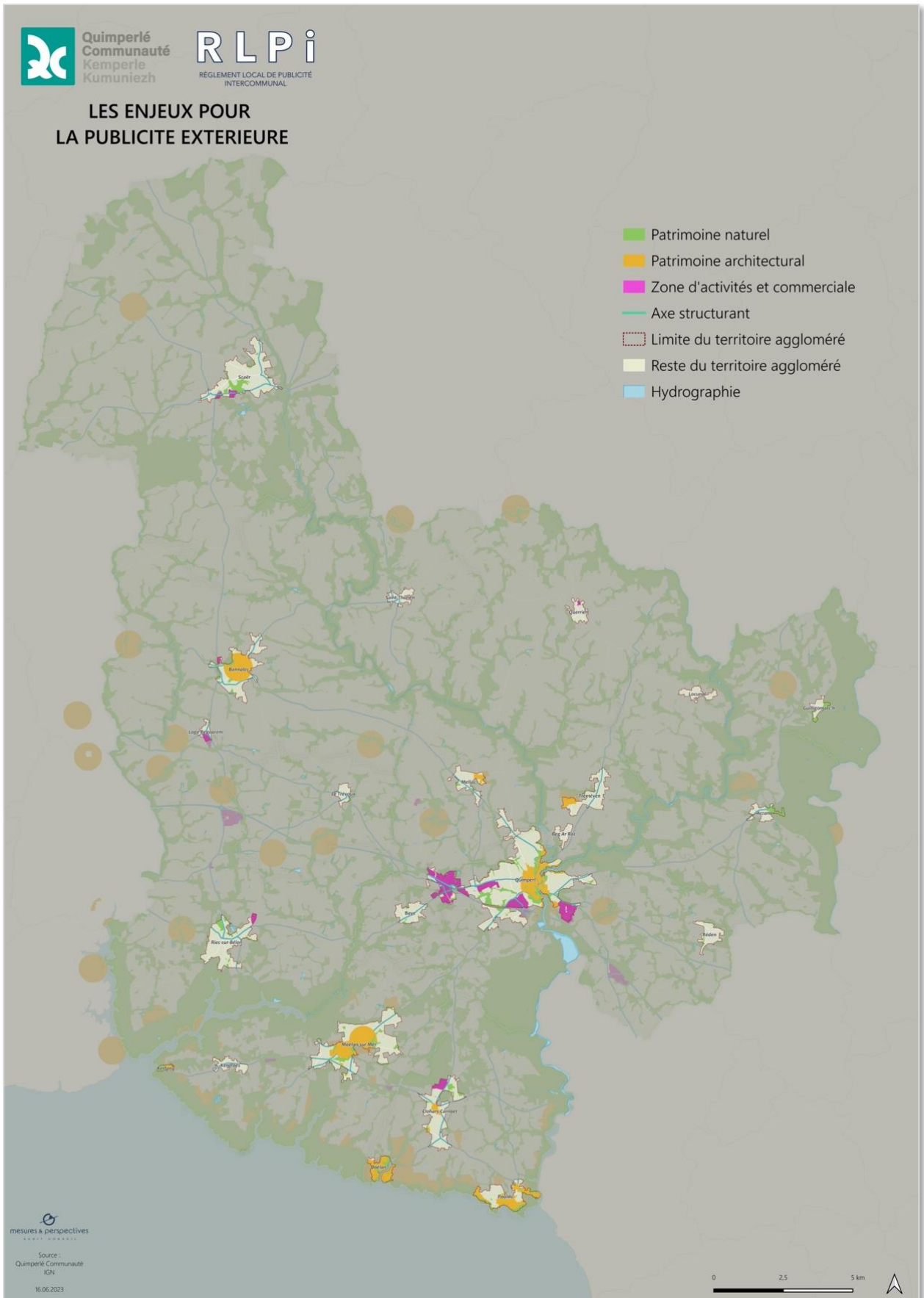
Le réseau viaire

Comme pour les zones d'activités, les axes structurants du réseau routier sont des lieux cibles pour les afficheurs. Traiter, à l'intérieur des territoires agglomérés, les séquences de voies en fonction des enjeux traversés (entrées de ville, zones commerciales) afin de permettre une lecture qualitative.

Les quartiers résidentiels

Admettre peu de présence publicitaire et de surface réduite ;

Laisser aux établissements commerciaux la possibilité de s'exprimer.



Synthèse des secteurs à enjeux

D. SYNTHÈSE DES ORIENTATIONS

A. Pour les publicités

Ces différentes données d'études ont permis de définir les orientations suivantes pour le futur RLPi.

À l'échelle du territoire intercommunal

Limiter la densité :

Les règles du RNP ne limitent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent être renforcées.

Autoriser la publicité sur mobilier urbain dans des secteurs protégés :

Le mobilier urbain publicitaire rend un service aux usagers de l'espace public. Pour autant, ces mobiliers ne doivent pas porter atteinte aux secteurs protégés.

Encadrer la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines :

La loi Climat et Résilience permet aujourd'hui de prendre en compte ce phénomène nouveau.

Fixer des horaires d'extinction pour la publicité lumineuse :

Ils sont fixés de 1 h à 6 h par le RNP. La réduction de la facture énergétique et la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à imposer une plage horaire plus importante.

À l'échelle des communes hors Quimperlé

Au-delà des orientations à l'échelle de tout le territoire, l'application du règlement national de publicité suffit à protéger efficacement le territoire.

À l'échelle de Quimperlé

Organiser et maîtriser la publicité aux entrées de ville :

Première perception des visiteurs arrivant sur le territoire, ces espaces doivent être protégés.

Réduire la surface de dispositifs :

Les dispositifs de 12 m² ne sont pas toujours adaptés à la physionomie du territoire car très imposants. Cette orientation vise à réduire leur surface pour minorer leur incidence dans leur environnement. Cette mesure est une tendance dans les RLP/RLPi sur tout le territoire national.

Organiser la publicité dans les secteurs résidentiels :

Les dispositifs de grands formats sont mal adaptés aux zones résidentielles. De plus, le trafic y est moindre que sur les grands axes.

Améliorer l'esthétique des dispositifs :

Le RNP n'impose pas de règles esthétiques aux dispositifs. Imposer une qualité de matériel.

Anticiper l'arrivée de publicité numérique :

La publicité numérique n'est pas présente sur le territoire. Cependant, elle n'est pas interdite ou règlementée. Un écran numérique a un fort impact sur le cadre de vie en raison de sa luminosité. Il ne peut être autorisé partout (lieux, densité, surface...).

B. Les orientations pour les enseignes

À l'échelle de tout le territoire

Augmenter la qualité des enseignes en centre bourg :

Les enseignes ne doivent pas dénaturer les caractéristiques du bâti sur lequel elles sont inscrites. Lorsque leur nombre et leurs dimensions sont restreintes, lorsque leur disposition est soignée, les enseignes sur façade contribuent à la mise en valeur de l'architecture et des commerces.

Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires :

La prolifération des enseignes perpendiculaires sur une même façade commerciale nuit aux perspectives car elles sont souvent disposées de façon anarchique. De plus elles ont pour effet d'en perturber la lecture et la compréhension des messages.

Harmoniser le format des enseignes scellées au sol :

Les enseignes scellées au sol sont souvent supportées par les mêmes matériels que les publicités. Il est difficile de les distinguer. Cette orientation vise à harmoniser les enseignes scellées au sol de plus d'1 m² sur tout le territoire en :

- limitant la surface sur tout le territoire ;
- exigeant un format de type totem ;
- regroupant les enseignes sur un même dispositif si les établissements sont sur la même unité foncière.

Cette mesure facilite la lisibilité des messages et permet aux établissements d'être plus visibles.

Anticiper et encadrer l'arrivée des enseignes numériques :

Les enseignes numériques ont des conséquences importantes sur la pollution lumineuse nocturne. Bien que peu présentes sur le territoire, il est important de leur donner un cadre afin d'éviter une prolifération non souhaitée. Cette orientation vise à réglementer les enseignes numériques à l'intérieur et à l'extérieur des vitrines. La surface, le nombre et les lieux acceptant ce type d'enseignes peuvent être règlementés.

Fixer des horaires d'extinction pour les enseignes lumineuses :

Au même titre que pour la publicité, et pour lutter contre la pollution lumineuse nocturne, il est possible d'étendre les horaires d'extinction. Une plage horaire d'extinction calquée sur celle de la publicité facilite l'application.