

Sommaire

I.	LES OBJECTIFS DU RLPI.....	2
II.	LA CONCERTATION	2
III.	LES MODALITÉS DE COLLABORATION AVEC LES COMMUNES MEMBRES	3
IV.	LA MIS EN OEUVRE.....	4
A/	(A) S'informer.....	4
a.	Site internet.....	4
b.	Panneaux d'exposition.....	5
c.	Presse et magazine communautaire	5
d.	Radio.....	5
B/	(B) Participer	6
a.	Le registre papier et la dématérialisation.....	6
b.	Les réunions.....	9
V.	LA SYNTHÈSE.....	17

Bilan de la concertation

I. LES OBJECTIFS DU RLPi

La délibération du conseil communautaire du 6 février 2020 a prescrit l'élaboration du RLPi de la communauté d'Agglomération de Quimperlé Communauté et lui a fixé les objectifs suivants :

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

II. LA CONCERTATION

La délibération a également défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLPi (articles L.103-2 et L.153-11 du Code de l'urbanisme).

Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

A) Moyens information :

- le site internet de Quimperlé Communauté intègrera un espace sur l'élaboration du RLPi ;
- des supports de communication expliquant la démarche RLPi seront mis à disposition dans les mairies ;
- des articles seront publiés dans le bulletin de Quimperlé Communauté et dans les bulletins municipaux ;

B) Moyens de débattre et échanger :

- l'organisation d'ateliers participatifs incluant notamment les représentants des commerçants, les associations intéressées ;
- l'organisation de réunions avec les personnes publiques associées ;
- l'organisation de réunions avec les professionnels de la publicité extérieure ;

- l'organisation de réunions publiques générales ou thématiques à l'échelle communale et/ou intercommunale ;

C) Moyens de s'exprimer :

- la possibilité de formuler des observations, des questions et des contributions, par courrier ou par courriel à adresse dédiée, à Quimperlé Communauté ou dans des registres mis à disposition dans les communes.

Les personnes publiques associées (PPA), les services de l'État et les associations de protection de l'environnement agréées qui en auront fait la demande, seront associés à la démarche, conformément aux articles L.132-7 et suivants du Code de l'urbanisme.

III. LES MODALITÉS DE COLLABORATION AVEC LES COMMUNES MEMBRES

Les modalités de collaboration avec les communes membres qui seront mises en œuvre durant l'élaboration du projet de RLPi sont :

- une équipe projet au pilotage du projet composée notamment d'élus, d'agents de Quimperlé Communauté et du prestataire retenu pour accompagner l'agglomération dans l'élaboration de son RLPi ;
- la nomination dans chaque commune d'un binôme agent/élu qui assurera à la fois le suivi politique, technique et administratif du dossier dans sa commune ainsi que le lien avec les services de Quimperlé Communauté ;
- des groupes de travail transversaux ;
- des groupes de travail communaux, instance contributive et collaboratrice de proximité ;
- des têtes à têtes, rendez-vous stratégique communal, entre la commune, les services de Quimperlé Communauté et le prestataire retenu pour accompagner l'agglomération dans l'élaboration de son RLPi ;
- des Comité de Pilotage, instance décisionnaire ;
- la conférence intercommunale des maires, instance obligatoire, garante de la co-construction du projet et qui se réunira à minima à deux occasions ;
- les commissions de Quimperlé Communauté, instances consultatives ;
- les conseils municipaux des communes membres, organe d'approbation (débat, avis sur arrêt du projet) ;
- le conseil communautaire, organe délibérant (prescription du projet, modalité de collaboration, modalités de concertation, débat, arrêt du projet, approbation du projet).

IV. LA MIS EN OEUVRE

La concertation a permis au public de s'informer sur le projet et d'exprimer son point de vue.

Le public a ainsi pu s'informer **(A)** et participer **(B)** à l'élaboration du projet.

A/ (A) S'informer

a. Site internet

Le public a pu s'informer en tapant « publicité » dans le moteur de recherche du site internet de Quimperlé Communauté : <https://www.quimperle-communaute.bzh> et télécharger les différentes pièces du dossier.

The screenshot shows the website for Quimperlé Communauté. The header includes the logo and navigation links: L'AGGLOMÉRATION | VIVRE ICI | TRAVAILLER / ENTREPRENDRE | VOS DÉMARCHES. The main heading is 'Le Règlement Local de Publicité intercommunal'. Below the heading is a large image of a sign that reads 'RLPi Règlement Local de Publicité Intercommunal'. To the right of the image is a 'Contact' section with the address: 1 rue Andreï Sakharov, CS 20245, 29394 Quimperlé Cedex, and a 'Nous contacter' button. Below the contact section is the 'Horaires d'ouverture' section, listing hours for Monday to Friday and Friday. To the right of the main text is a 'Documents associés' section with several PDF links, including 'Élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Quimperlé Communauté (517,57 Ko, pdf)', 'Prescription de l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) (1,85 Mo, pdf)', 'RLPi_DIAG_JUN_2023 (7,53 Mo, pdf)', '2023-141-URBA-debat-orientations-RLPi (123,33 Ko, pdf)', and 'RLPi_support_CC_VF (1,95 Mo, pdf)'. At the bottom of the page is a list of frequently asked questions with expandable answers.

Copie d'écran du site internet

b. Panneaux d'exposition

5 panneaux pédagogiques sont installés dans hall de Quimperlé Communauté.



c. Radio

Un élu du territoire a participé à une émission radio au sujet du RLPi et de la publicité le 18 avril 2024 sur la station « Radio Balises ».

d. Presse et magazine communautaire



Le Télégramme du 5 juillet 2023 et un article extrait du magazine communautaire n°16

B/ (B) Participer

a. Le registre papier et la dématérialisation

Un registre papier a été mis à disposition du public à l'accueil de Quimperlé Communauté. Disposant des différentes pièces du dossier de RLPi, le public pouvait faire part de ses observations en matière de réglementation de la publicité extérieure.

Ce registre était également doublé de la possibilité de formuler des observations à l'adresse électronique suivante : rlpi@quimperle-co.bzh.

Il était également possible d'adresser un courrier au Président de la communauté d'agglomération.

Force est de constater que ces moyens de communication n'ont guère été prisés par le public :

- une seule observation a été formulée par voie électronique ;

« Suite à la réunion publique du lundi 25 mars 2024.

Considérant que les démarches engagées même si elles sont ambitieuses et plus prescriptives que le règlement national ne prennent en compte que la pollution visuelle engendré par la publicité et n'apporte aucune garantie quant à la diminution du nombre d'affichage qui au contraire pourrait théoriquement augmenter.

Considérant ensuite que la liberté d'expression et d'entreprendre de la sphère marchande ne peut prévaloir sur la liberté d'entreprendre de l'ensemble de la population et des générations futures.

Que la publicité par nature a pour but la croissance de la consommation de la population au-delà des limites planétaires. Elle concourt directement au réchauffement global et à la chute de la biodiversité.

Pour préserver le vivant et la possibilité des générations futures d'entreprendre, la responsabilité individuelle n'est pas et ne sera jamais suffisante. Il appartient à la communauté d'entreprendre rapidement et avec force afin de permettre la modification du tissu socioéconomique pour le rendre compatible avec les dites limites.

Je vous réitère ma demande d'étudier au mieux l'interdiction totale des publicités à caractère marchand dans l'espace public à l'exception des événements culturels et de secteurs dont la balance bénéfique impact peut être considérée comme acceptable, au minimum l'ajout d'un numéro clausus sur les affichages publicitaires afin de garantir la non prolifération de ces derniers.

Je vous demande de bien vouloir considérer cette demande sérieusement, car on ne peut considérer uniquement que le risque d'invalidation d'une telle démarche ferait jurisprudence. Il faut également considérer que la réussite de la mise en place d'une telle mesure ferait aussi jurisprudence et donc pourrai permettre par votre engagement un impact global et important sur notre avenir commun.

Je me tiens à votre disposition pour vous apporter tout renseignement complémentaire et si vous le souhaitez argumenter mes propositions dans un environnement moins hostile et pressant qu'il n'a pu l'être lundi ».

- une seule observation par courrier adressé à Monsieur le Président de Quimperlé Communauté :

« Objet : pollution visuelle et agression publicitaire

Lors de l'établissement du PADD de la Ville de Quimperlé, puis lors des ateliers participatifs en vue d'élaborer de l'Agenda 21, lors des réunions de quartiers depuis 2 décennies la question concernant l'avenir des panneaux publicitaires a été sans cesse posée par les associations participantes: celles-ci étant en général en accord avec les élus sur le fait que ça ne pouvait plus durer, ces « enlaidisseurs » d'entrée de ville d'un autre temps étaient voués à disparaître progressivement!

Hélas, le nombre de panneaux 4X3 continue d'augmenter à Quimperlé, une trentaine de petits panneaux ont également fait leur apparition en 2018 !

Ayant interpellé les citoyens et les élus par le communiqué de presse ci-dessous, le Maire de Quimperlé informe que le plans locaux de publicité sont maintenant de compétence communautaire. J'en profite donc pour transmettre l'intégralité du communiqué de presse d'origine, que la presse avait repris dans sa totalité, en espérant que ce forçage orienté du chaland vers les GMS de périphérie (qui n'en n'ont par ailleurs pas besoin) puisse être inversé au profit du commerce de centre-ville, de proximité et de circuit courts que la ville cherche par aussi à développer, tout comme QC.

« STOP à l'agression publicitaire d'entrées de ville

Lors de la réunion du quartier centre de Quimperlé tenue le 21 novembre 2018, le matraquage publicitaire routier d'entrée de ville fut encore évoqué, je pense qu'il est nécessaire d'interpeler plus largement les citoyens (au-delà des 60 personnes présentes à la réunion), les décideurs locaux et les commerces, particulièrement la grande distribution.

*En effet alors que les employés de la ville et les élus n'ont de cesse de chercher à « valoriser l'image touristique de Quimperlé autour de projet commun », les habitants de Quimperlé, des environs et nos visiteurs reçoivent une véritable **agression publicitaire** en arrivant à Quimperlé*

Les entrées principales (Rue de Lorient, de Pont Aven, de Moëlan) sont envahis de Panneaux publicitaires de grande dimensions (4 m sur 3m), d'immense placards publicitaires en façade, de

nouveaux nombreux petits panneau (1m sur 1,5m) poussant dans les jardins particuliers depuis quelques semaines... Plus de 100 supports publicitaires sont visibles en ville, couvrant entre 1000 et 2000 mètres carrés, générant sans que nous en ayons besoin :

Une pollution visuelle, enlaidissant la ville

Une altération de la vigilance routière des automobilistes, cyclistes et piétons

Un détournement du chaland du centre-ville nuisant à l'économie locale, en incitant à se rendre dans les zones commerciales périphériques.

Une pollution matérielles (colles, papiers...) et des risques de chutes de panneaux vieillissant en cas de tempête

Stationnement gênant et dangereux sur la chaussée, les trottoirs et bande cyclables des poseurs d'affiches occupés à les remplacer plusieurs fois par semaine.

Une illisibilité de l'existence de commerce de proximité en centre-ville

Que faire ?

Déboulonner les panneaux ou les détourner comme le préconise certaines associations nationales ?

N'est-ce pas se mettre dans l'illégalité ?

Imposer des affiches aux dimensions limitées (un demi-mètre carré) ?

De plus en plus de grandes communes d'Europe les ont interdites, en France aussi petite et grandes communes interdisent ce type de communication d'un autre temps...

Alors Quimperlé ne saurait continuer à accepter un tel enlaidissement permanent de la ville alors qu'elle vise une 4^{ième} fleur.

Je propose qu'à la place de chaque panneau supprimé soit planté un arbre fruitier, qui améliorera l'esthétique, produira des fruits à son propriétaire et contribuera à capter 30 kg de dioxyde de carbone par arbre par an, bien utile pour notre planète. On peut aisément imaginer la beauté de ce magnifique chêne de la place W Churchill si ce 4 X 3 (blanc pour peu de temps ?) était effacé.



En espérant que cette contribution puisse trouver un écho favorable auprès des élus et services en charge des activités commerciales et du cadre de vie à Quimperlé Communauté ».

- aucune contribution sur le registre papier.

b. Les réunions

A - Trois réunions avec des personnes publiques associées se sont tenues le 14 mars 2024 :

Des élus de l'équipe projet du RLPi de Quimperlé Communauté étaient présents à chacune de ces rencontres.

La première avec la chambre de commerce et d'industrie et la chambre des métiers et de l'artisanat, ainsi que des représentants des unions commerciales du territoire. Les points suivants ont été abordés :

- *Les enseignes des commerces ouverts la nuit doivent-elles être éteintes ?
Si le commerce est ouvert, les enseignes sont éclairées. Elles sont éteintes 1 heure après la fermeture et peuvent être allumées 1 avant l'ouverture.*
- *Les artisans posent des panneaux sur les clôtures des chantiers où ils interviennent. C'est autorisé ?
Oui, pendant la durée des travaux, ce sont des enseignes temporaires qui sont autorisées. Mais s'ils sont maintenus à l'issue du chantier, ce sont des publicités.*
- *Sur le parking du Leclerc, il y a des poubelles qui servent de supports à de la publicité. Est-ce légal ?
Sous réserve de vérification, ce serait illégal, car assimilé à de la publicité scellée au sol, donc interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.*
- *Quel est le statut des flammes ?
Si elle est sur une terrasse concédée, elle est assimilée à un chevalet. Si elle est installée sur le domaine public, c'est une publicité.*
- *Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception de celles des pharmacies et des services d'urgence.*
- *On ne réglemente que les enseignes numériques à l'intérieur des vitrines pour laisser la liberté aux agences immobilières pour ne pas contraindre les enseignes éclairées aux règles de surface cumulée.*
- *Qui a le pouvoir de police ?
Depuis le 1^{er} janvier 2024, cette compétence est celle du maire.*
- *Quelle communication auprès des enseignant locaux ?
Une réunion à leur intention est prévue. Il y a également une réunion publique. Ensuite, se tiendra l'enquête publique.*

La deuxième avec la Direction Départementale des Territoires et de la Mer, le conseil de développement et l'association Bretagne vivante. Les points suivants ont été abordés :

- *L'article L581-14-4 du code de l'environnement permet de réglementer uniquement les horaires d'extinction, la surface, la consommation énergétique et les nuisances lumineuses. La densité ne peut pas être réglementée.*

Le nombre sera supprimée et la rédaction parlera de surface cumulée.

- *Pourquoi n'harmonise-t-on pas la plage horaire d'extinction des panneaux avec celle des candélabres des villes ?
Chaque commune a des horaires spécifiques. Le propre du RLPi est d'harmoniser les règles sur tout le territoire. Ce point a été abordé lors d'une réunion avec tous les maires qui se sont prononcés sur ces horaires.*
- *Pour la multiplicité des enseignes perpendiculaire, si le premier étage n'est pas occupé par l'activité, le dispositif est à considérer non pas comme une enseigne, mais une publicité. Le mur n'étant pas aveugle (présence d'ouvertures), C'est illégal et peut être déposé. Si l'exploitant soutient qu'il s'agit de stockage, il faut qu'il fournisse une attestation car il doit avoir une autorisation.*

La troisième réunion avec l'architecte des Bâtiments de France. Les points suivants ont été abordés :

- *La réintroduction est interdite dans les SPR et les abords des MH. Cela s'applique-t-il également aux abris-bus ?
Oui, seuls les abris supportant la communication institutionnelle de Quimperlé Communauté sont admis.*
- *Les objectifs de l'ABF sont d'éviter un fossé entre les secteurs non protégés et les secteurs protégés.*
 - o *Pour les enseignes sur façade en zone 1, il s'appuie sur la charte des devantures commerciales de Quimperlé ; ses éléments seront à reprendre dans le RLPi ;*
 - o *Les couleurs et les matériaux n'y seront pas fixés.*

B - Une réunion avec les professionnels de l'affichage et les enseignants a été organisée le 25 mars 2024.

Une seule entreprise d'affichage s'est présentée. Elle a émis un commentaire.

Son commentaire sur le projet est : L'harmonisation globale des règles pour la publicité sur tout le territoire, quelle que soit la taille de la ville, est très intéressante.

C - une réunion publique a été organisée le 25 mars 2024 à 18 h 00 au siège de Quimperlé Communauté.

Elle a été annoncée sur le site internet de Quimperlé Communauté :

Réunion publique : lundi 25 mars à 18 heures en salle du Conseil, 12 rue Andreï Sakharov

— / Sur le même sujet \ —



Le Règlement Local de Publicité intercommunal

Elle a été annoncée dans la presse :

Quimperlé communauté élabore son plan pour maîtriser la publicité

Quimperlé communauté organise une réunion publique, lundi 25 mars 2024, à Quimperlé (Finistère), pour évoquer le règlement local de publicité intercommunal, en cours d'élaboration.

Ouest-France
Publié le 14/03/2024 à 11h54

[Lire le journal](#)

UNE PUBLICATION

IMPRESSION

Newsletter Quimperlé
Chaque matin, recevoir dans votre boîte mail les actualités de Quimperlé et de son territoire avec Ouest-France.

Quimperlé communauté élabore son règlement local de publicité et le rôle des panneaux publicitaires. | OUEST-FRANCE

Quimperlé communauté a lancé, en 2020, l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi), qui renforcera les dispositions nationales s'appliquant aux enseignes et panneaux publicitaires. Après une phase de diagnostic, puis l'élaboration des grandes orientations du projet, Quimperlé communauté consulte aujourd'hui les habitants.

Une enquête publique

Une réunion publique est organisée sur le sujet lundi 25 mars 2024. Le RLPi devrait être soumis pour adoption à l'assemblée communautaire, d'ici la fin du printemps. Puis il y aura l'enquête publique, avant que le document n'entre en vigueur l'an prochain.

Le RLPi a pour principaux objectifs de limiter la densité et la taille des **panneaux publicitaires**, d'encadrer la publicité lumineuse, d'organiser la publicité aux entrées de ville notamment. Quant aux enseignes commerciales, il s'agit d'en améliorer la qualité, d'en harmoniser les formats et d'en limiter le nombre sur le territoire.

Lundi 25 mars, à 18 h, réunion publique, au siège de Quimperlé communauté, 1 rue Andreï-Sakharov, à Quimperlé.

Ouest France du 14 mars 2024

Affichage publicitaire : l'agglomération serre la vis

Quimperlé communauté élabore son règlement local de publicité intercommunale. L'objectif ? Mieux maîtriser l'affichage publicitaire. Une réunion publique est organisée lundi 26 mars.

Pourquoi ? Comment ?

Pourquoi une réglementation intercommunale ?

Pour tenter de régler définitivement et faire cesser l'affichage sauvage. « Le règlement ne tient pas d'ailleurs sans la réglementation » indique Lionel Guéguen, président de l'agglomération intercommunale et élu municipal. Ce projet de règlement vise à mieux maîtriser le développement des publicités commerciales et à mieux protéger les paysages, l'équilibre patrimonial et architectural des communes membres. L'objectif est de mieux maîtriser l'affichage publicitaire et de mieux protéger les paysages, l'équilibre patrimonial et architectural des communes membres. L'objectif est de mieux maîtriser l'affichage publicitaire et de mieux protéger les paysages, l'équilibre patrimonial et architectural des communes membres.

Quels sont les objectifs ?

La réglementation de la publicité commerciale vise à mieux maîtriser l'affichage publicitaire et de mieux protéger les paysages, l'équilibre patrimonial et architectural des communes membres. L'objectif est de mieux maîtriser l'affichage publicitaire et de mieux protéger les paysages, l'équilibre patrimonial et architectural des communes membres.

« Nous avons obtenu des résultats à l'échelle de l'agglomération », indique Lionel Guéguen, président de l'agglomération intercommunale et élu municipal. Ce projet de règlement vise à mieux maîtriser le développement des publicités commerciales et à mieux protéger les paysages, l'équilibre patrimonial et architectural des communes membres.

Quel est le conseil agglomération ?

Le conseil agglomération est composé de 15 élus municipaux et de 15 élus départementaux. Il est chargé de définir la politique de l'agglomération et de contrôler l'exécution de son programme.

Comment s'applique-t-elle ?

Le règlement s'applique à toutes les communes membres de l'agglomération intercommunale.

Où en est-on ?

Le règlement est actuellement en cours de consultation publique. Une réunion publique est organisée lundi 26 mars à 19h30 au Centre Culturel de Quimperlé.

Comment s'applique-t-elle ?

Le règlement s'applique à toutes les communes membres de l'agglomération intercommunale.

Où en est-on ?

Le règlement est actuellement en cours de consultation publique. Une réunion publique est organisée lundi 26 mars à 19h30 au Centre Culturel de Quimperlé.

Comment s'applique-t-elle ?

Le règlement s'applique à toutes les communes membres de l'agglomération intercommunale.

Où en est-on ?

Le règlement est actuellement en cours de consultation publique. Une réunion publique est organisée lundi 26 mars à 19h30 au Centre Culturel de Quimperlé.



Le futur règlement vise à mieux maîtriser l'affichage publicitaire et de mieux protéger les paysages, l'équilibre patrimonial et architectural des communes membres de l'agglomération intercommunale.

Comment mieux réglementer publicités et enseignes

Une dizaine de personnes, seulement, a assisté à la réunion publique organisée par Quimperlé communauté, lundi, pour débattre de la place de la publicité dans le territoire.

Reportage

Échanger sur la thématique de la publicité dans le territoire de Quimperlé communauté, c'était le thème de la réunion publique qui s'est tenue au siège de la communauté d'agglomération, lundi. Seule une dizaine de personnes sont venues pour échanger les idées et pistes.

Compétence pour établir son règlement local de publicité intercommunal (RLPi), Quimperlé communauté a fait appel au cabinet Mesures et perspectives pour établir diagnostic et pistes à suivre.

Si le diagnostic est posé, tout comme les grandes lignes de la future politique communautaire en matière de publicités et d'enseignes, il reste encore des détails à peaufiner. Les habitants ont pu s'exprimer lors de la réunion, avant un premier vote en conseil en mai et une enquête publique à l'automne.

« Ce n'est pas simple comme sujet »

« Ce n'est pas simple comme sujet », résume en fin de réunion, Sébastien Mossec. Dans la salle, les habitants sont partagés : « Ne faudrait-il pas tout interdire, pour faire baisser le consumérisme. Ne pourrait-on pas supprimer le pub à titre marchand ? », questionne l'un. « Vous avez un téléphone. Vous recevez des pubs. Est-ce que vous jetez votre téléphone », lui riposte son voisin. « Que chacun exprime sa pensée librement », tempère Sébastien Mossec.

Loin de cette piqûre, la réunion s'est déroulée dans une atmosphère plutôt informative, avec explication des



La réunion publique sur le thème des publicités et enseignes de Quimperlé communauté était menée par Sébastien Mossec, président, et Jean Rocher, du bureau d'études Mesures et perspectives, entourés de Denis Duigou, vice-président chargé de l'urbanisme, et Michel Forget, adjoint à l'urbanisme à Quimperlé. (Photo : Gaëlle Huez)

nouvelles règles de zonage, de dimension, de rapport surface de façade-surface de publicités, d'implantation en zone résidentielle ou économique, amène de la publicité numérique... Le tout sur la base des documents disponibles sur www.quimperle-communauté.fr.

Des règles strictes

Si les chemins pour parvenir à maîtriser publicités et enseignes dans le territoire peuvent être différents, le résultat sera similaire : une baisse significative du cas de vie et le respect du patrimoine naturel et archi-

tectural».

Dans le public, Morgane Côme, peintre en lettres, questionne et résume : « Est-ce qu'on limite le nombre de publicités à partir de 2025 ? » - Il n'y a pas de chiffres établis sur le nombre de publicités qui vont disparaître. Celles qui sont illégales n'existeront plus, soit 130 sur les 274 dispositifs recensés, répond Jean Rocher, du bureau d'études Mesures et perspectives. Des publicités vont disparaître, d'autres apparaîtront. Mais les entrées de ville seront protégées. »

Pas de nombre maximum sur le territoire, mais une réglementation glo-

balement plus stricte que la norme nationale. Avec pour l'application, une fois tout le processus administratif et démocratique terminé, dans un an. À ce délai, il conviendrait d'ajouter six ans pour les enseignes et un an plus deux ans pour les publicités.

À noter que, même dans le cadre intercommunal, les maires garderont leur droit de regard sur l'autorisation à donner ou non à des publicités et enseignes : « J'estime que le maire est garant de son environnement. Je ne suis pas le super-maire du pays de Quimperlé », assure Sébastien Mossec.

Beatrice GRIESINGER.

Ouest-France du 27 mars 2024

Elle a été annoncée sur Radio Océane le 22 mars 2024

Une information sur la tenue de la réunion publique a été diffusée sur cette radio.

Une information avait été passée dans le magazine communautaire MAG 16 :



La réunion a débuté à 18 h 05 et s'est terminée à 19 h 30. Les points suivants ont été abordés :

- **Question :** Dans les objectifs, il était prévu de réintroduire la publicité dans les secteurs protégés au titre du patrimoine. Une des orientations a précisé que cette levée d'interdiction ne portait que sur le mobilier urbain. Cela ne se retrouve pas dans les règles. Qu'en est-il ?
Réponse : Lors de la définition des objectifs et des orientations c'est une hypothèse qui a été retenue. A l'issue des travaux de co-construction avec les communes, il a été décidé de ne pas lever cette interdiction.
 Le mobilier urbain publicitaire y reste interdit.

- **Question :** Les totems carburants sont-ils concernés par les règles prévues pour les enseignes scellées sol ?
Réponse : l'affichage des prix du carburant est une obligation légale qui est faite aux stations-services. Les totems affichant ces prix ne sont donc pas pris en comptes.

- **Question :** L'autorisation délivrée pour les publicités numérique est de 8 ans.
Réponse : C'est la durée maximale possible. Celle-ci peut être réduite.

- **Question :** Pour les enseigne sur façade, vous avez parlé de taille et de pourcentage de surface. Qu'en est-il pour les enseignes drapeaux ou perpendiculaire ?
Réponse : Le Code de l'environnement prévoit un ratio de surface cumulée d'enseignes sur façade par rapport à la surface de la façade commerciale. Cette surface englobe les enseignes à plat et les 2 faces des enseigne perpendiculaires. Le ratio est de 25 % si la surface commerciale est inférieure à 50 m² et de 15 % si elle fait plus de 50 m².

- Question : Il pourrait être intéressant de fixer une taille maximum en référence au RLP de Concarneau qui a prescrit un principe de doublon. Quand cela fait 60 cm ou 1m, cela commence à faire grand.
Réponse : Les règles de taille et de dimensions sont en cours de rédaction. Le Code de l'environnement limite la saillie au 1/10^{ème} de la largeur de voie, avec une dimension inférieure à 2 m. Il est prévu de regrouper les différentes activités sur un ou deux supports.
- Question : Il n'est pas prévu à priori d'interdire complètement la publicité numérique, mais uniquement de la limiter. Le fait de ne pas l'interdire, c'est parce que cela outrepassse les pouvoirs ou c'est un choix ?
Réponse : Certaines commune sont fait ce choix d'interdiction totale. Il n'y a pas encore de jurisprudence à ce sujet. Si un recours était exercé, l'article serait annulé et on reviendrait aux règles du RNP. C'est donc pour éviter une telle situation.
- Question : Sur le numérique, c'est bien d'essayer d'aller plus loin que le RNP. Pourquoi n'essaye-t-on pas d'aller encore plus loin ? Par prudence, on n'essaye même pas. Sur les enseignes, je comprends, mais sur les publicités, cela semble être un contresens. Certes, ils vont exposer leur liberté d'entreprendre mais cela va aussi à l'encontre de la liberté future de mes enfants compte tenu du dérèglement climatique. Est-ce qu'il ne faut pas essayer d'aller plus loin ? Utiliser les supports pour communiquer sur d'autres sujets que la publicité de consommation ?
Remarque : Quel est le but de la question ?
Remarque : Il faudrait tout interdire ? Vous avez bien de la publicité sur votre téléphone...
Réponse : Pour l'instant, nos objectifs sont de se mettre en légalité. Cela conduira à de nombreuses suppressions de panneaux (cf. le diagnostic). Ensuite, il y a le chemin par étapes qu'on prend pour mettre en œuvre une réglementation adaptée à notre territoire.
- Question : Qu'en est-il des véhicules publicitaires ?
Réponse : Ils sont réglementés par le RNP. Ce sont des véhicules spécialement équipés pour recevoir de la publicité qui ne peuvent circuler à vitesse réduite ou en convoi, stationner ou traverser les secteurs interdits par la protection du patrimoine. Il est très difficile de les verbaliser.
- Question : Qui est compétent pour le pouvoir de police et de sanction ? Le fait d'être un RLPi a-t-il un impact ?
Réponse : Depuis le 1^{er} janvier 2024, la compétence du pouvoir de police de la publicité est du ressort du maire. Le fait d'être un RLPi impose le choix du transfert ou non de cette compétence au président de l'EPCI avant le 30 juin 2024. On se dirige vers un maintien de cette compétence au maire, avec appui des services instructeurs de Quimperlé Communauté.
- Question : Y a-t-il un chiffre qui va limiter le nombre de futures implantations quand le RLPi sera approuvé ? Est-ce qu'on va limiter la publicité ? Ça va être énorme de réduire de 12m² à 4,7m².
Réponse : L'analyse n'a pas été menée. Les règles prévues ne peuvent que supprimer nombre de dispositifs ou réduire leur surface.

- *Question : J'aimerais revenir sur la règle de densité : le secteur Leclerc est une seule unité foncière. On va réduire à un panneau par unité foncière, cela veut dire qu'il va devoir en enlever au moins une trentaine.
Réponse : Effectivement.*

- *Question : Est-ce que les zonages plus précis peuvent être consultés parce qu'on aurait dit qu'il y a une scission entre Leclerc et le secteur à proximité ?
Réponse : Les cartes des zonages sont établies à la parcelle. Il est donc aisé de les analyser. Pour ce qui est du secteur concerné, nous allons vérifier.*

- *Question : Qu'en est-il du zonage d'Allianz Assurances et de la pharmacie en face ?
Réponse : Allianz est en zone 3 : reste du territoire. La pharmacie est en zone 2 : zones d'activités économiques.*

V. LA SYNTHÈSE

Le présent document permet de conclure que l'ensemble des mesures de concertation définies dans la délibération du 6 février 2020 ont été respectées et mises en œuvre. La population, les personnes publiques associées, les associations et professionnels ont pu s'exprimer et faire part de leurs doléances par différents moyens (réunions, mails, courriers) et une réponse a été apportée au cours des réunions.

On ne peut que regretter l'absence d'implication plus forte du public sur ce sujet d'aménagement du territoire.

Le bilan de la concertation est donc favorable.