



Département du Finistère

Commune de Concarneau

Règlement Local de Publicité (RLP)

Arrêté le 19 mai 2021

Rapport de présentation

Vu pour être annexé à la délibération du
Conseil Municipal arrêtant le projet de
RLP et tirant le bilan de la concertation

En date du 19 mai 2021

Le Maire

TABLE DES MATIERES

AVANT-PROPOS	3
PRESENTATION DU TERRITOIRE	4
DIAGNOSTIC	10
Les règles en vigueur - Règlement Local de Publicité	10
Les règles en vigueur - Règles nationales du Code de l'environnement	12
1/ Publicités et préenseignes hors agglomération	12
2/ Publicités et préenseignes dans l'agglomération principale	12
3/ Publicités et préenseignes dans l'agglomération de Croissant Bouillet	13
4/ Publicité sur mobilier urbain	14
5/ Enseignes permanentes	15
6/ Enseignes temporaires	16
Diagnostic des publicités et des préenseignes	18
1/ Etat des lieux	18
2/ Diagnostic réglementaire	20
3/ Diagnostic qualitatif	25
Diagnostic des enseignes	29
1/ Diagnostic réglementaire	29
2/ Diagnostic qualitatif	36
OBJECTIFS POURSUIVIS ET ORIENTATIONS GENERALES	40
CONTENU DU REGLEMENT- JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS	42
Justification du zonage et des règles relatives aux publicités et aux préenseignes	42
Justification du zonage et des règles relatives aux enseignes	57
APPLICABILITE DES NOUVELLES DISPOSITIONS	59
SANCTIONS ENCOURUES	60

Avant-propos

Concarneau, Station de Tourisme et Ville d'Art et d'Histoire, dispose d'un patrimoine remarquable, dont fait partie la Ville Close, située en plein centre-ville, qui attire plus d'un million de visiteurs chaque année, et d'un littoral côtier de 19 kilomètres.

La ville est dynamique d'un point de vue économique, le commerce de centre-ville y est nombreux et diversifié, complété par des zones d'activités, et une industrie portuaire concentrée de part et d'autre de la rivière du Moros.

Forte de ces atouts, la ville est soucieuse du développement économique, et de la préservation d'un cadre de vie de qualité, ce qui passe nécessairement par le contrôle de l'affichage extérieur (publicités, préenseignes, enseignes).

Le 10 octobre 1994, un Règlement Local de Publicité avait été adopté par la ville de Concarneau. Ce règlement se devait d'être révisé, dans la mesure où il était devenu difficile à appliquer, compte tenu des évolutions urbaines intervenues depuis son adoption, principalement au nord de l'agglomération.

D'autre part, sa caducité suite à la loi Grenelle II imposait cette révision pour la conservation du pouvoir de police de la publicité.

Ainsi, le Conseil Municipal de Concarneau a délibéré le 15 novembre 2018 pour engager la révision de son RLP.

Les objectifs fixés par la ville, au travers de cette révision, sont de :

- Garantir un environnement et un cadre de vie de qualité ;
- Conforter l'attractivité de la ville en permettant aux acteurs économiques de mettre en valeur leurs activités ;
- Lutter contre la pollution visuelle, en encadrant la publicité, les enseignes et les préenseignes dans les zones commerciales, entrées de ville, et axes structurants ;
- Prendre en compte la réglementation nationale, et l'évolution des technologies des supports ;
- Prévoir des dispositions spécifiques selon les secteurs géographiques (ZPPAUP / AVAP, secteurs ruraux,...) ;
- Intégrer les exigences du Grenelle II en matière d'extinction nocturne, et consommation énergétique.

Conformément à l'article R.581-73 du Code de l'environnement, ce présent rapport de présentation est l'une des composantes du règlement local de publicité. Il présente le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Présentation du territoire

✓ Situation et population

La ville compte 19 502 habitants (source Insee 2018).

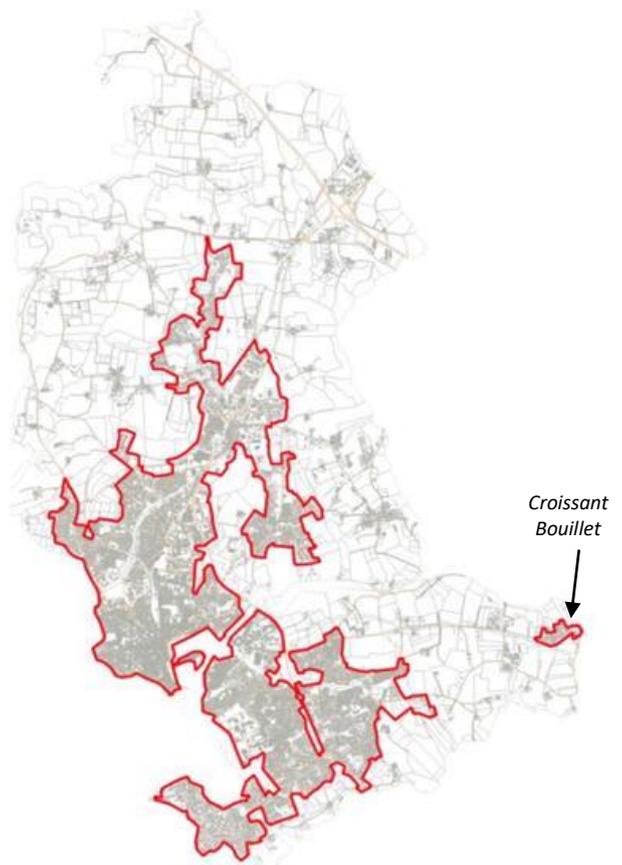
Troisième ville du Finistère, elle se situe à une vingtaine de kilomètres de Quimper ; Chef-lieu d'un Canton et d'une Communauté d'Agglomération, la ville inclut les anciennes communes de Beuzec-Conq et de Lanriec, qui sont aujourd'hui englobées dans l'agglomération principale.

La commune, dont le territoire s'étend sur une superficie de 41 km², est agglomérée principalement sur sa partie sud-ouest.

Vue aérienne de la commune :



Vue cadastrale de la commune, mettant en évidence les limites du bâti rapproché :



La commune est composée de deux agglomérations :

- Une agglomération principale, de plus de 10 000 habitants
- Une agglomération secondaire (Croissant Bouillet), de moins de 10 000 habitants.

✓ Patrimoine bâti

La ville compte des **Monuments Historiques classés ou inscrits** :

- | | | |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| - Remparts de la Ville Close, | } | Monuments classés |
| - Fort du Cabellou, | | |
| - Dolmen de Keristin, | | |
| - Ancienne Caserne Hervo | } | Monuments inscrits |
| - Eglise Notre Dame de Lorette, | | |
| - La Poudrière et son enceinte, | | |
| - Immeubles (5 et 7 rue Tourville), | | |
| - Château de Keriolet | | |

La ville compte également

- Un **site classé** : l'Anse St-laurent, lequel se situe hors agglomération
- Des sites inscrits :
 - Le domaine de Keriolet,
 - La Pointe du Cabellou.
- Un **Site Patrimonial Remarquable (SPR)**.

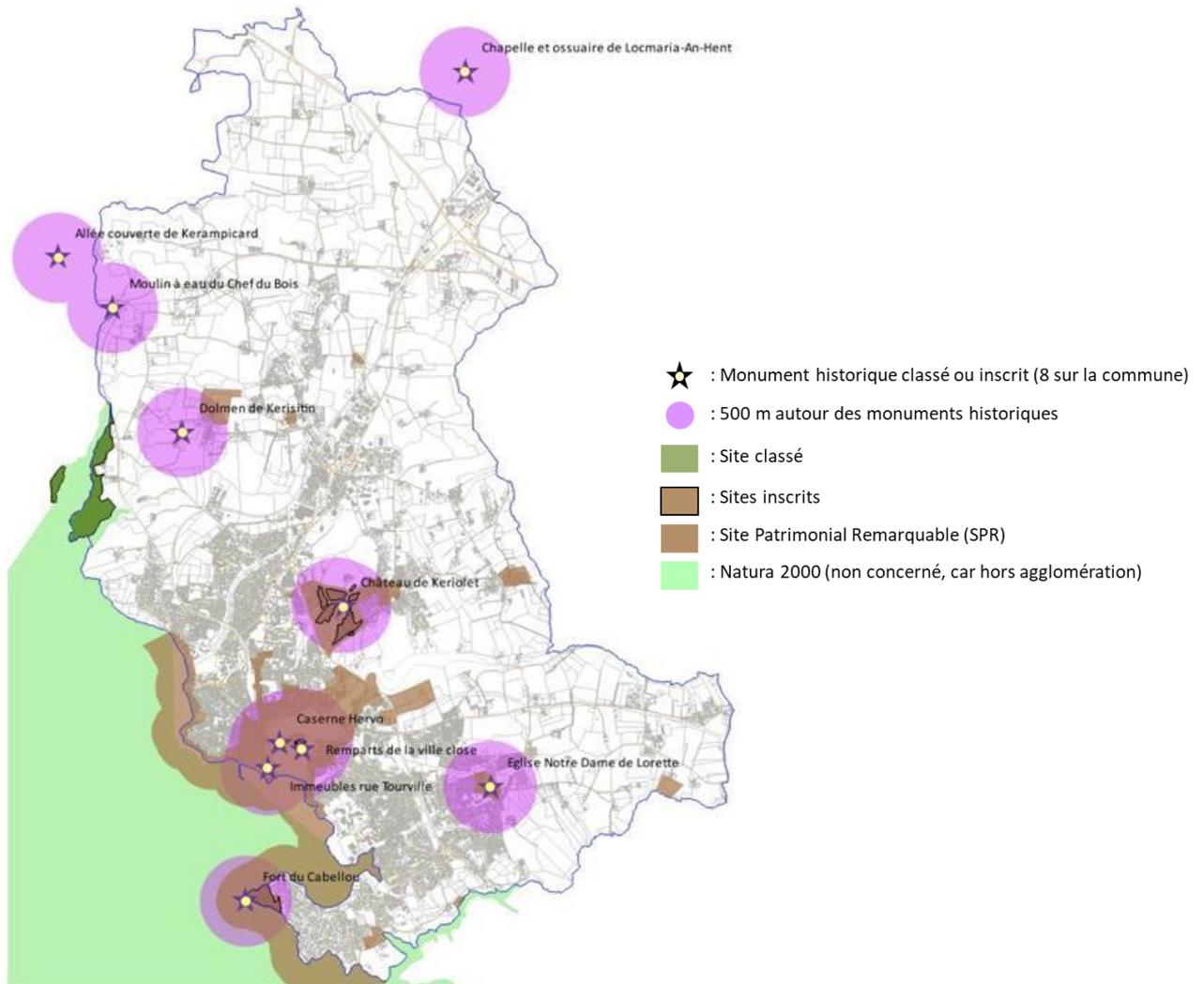
Le Code de l'environnement prévoit les protections suivantes vis-à-vis de ce patrimoine :

- La publicité est interdite de manière absolue sur les monuments historiques et dans le site classé (L.581-4 du Code de l'environnement),
- La publicité est interdite de manière relative [*] en agglomération :
 - Dans les sites inscrits,
 - Dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR)
 - Et, en l'absence de périmètre délimité des abords, dans un périmètre de 500 m autour des monuments historiques, en présence de covisibilité avec ceux-ci.

[*] : de manière relative : l'article L.581-8 du Code de l'environnement prévoit qu'un RLP puisse déroger à ces interdictions relatives de publicité.

Dans ces périmètres, l'installation d'enseigne est soumise à l'accord préalable de l'ABF

Carte représentant la localisation des éléments du patrimoine évoqués ci-dessus :



✓ Secteurs naturels ou boisés du PLU

Le PLU en vigueur a déterminé :

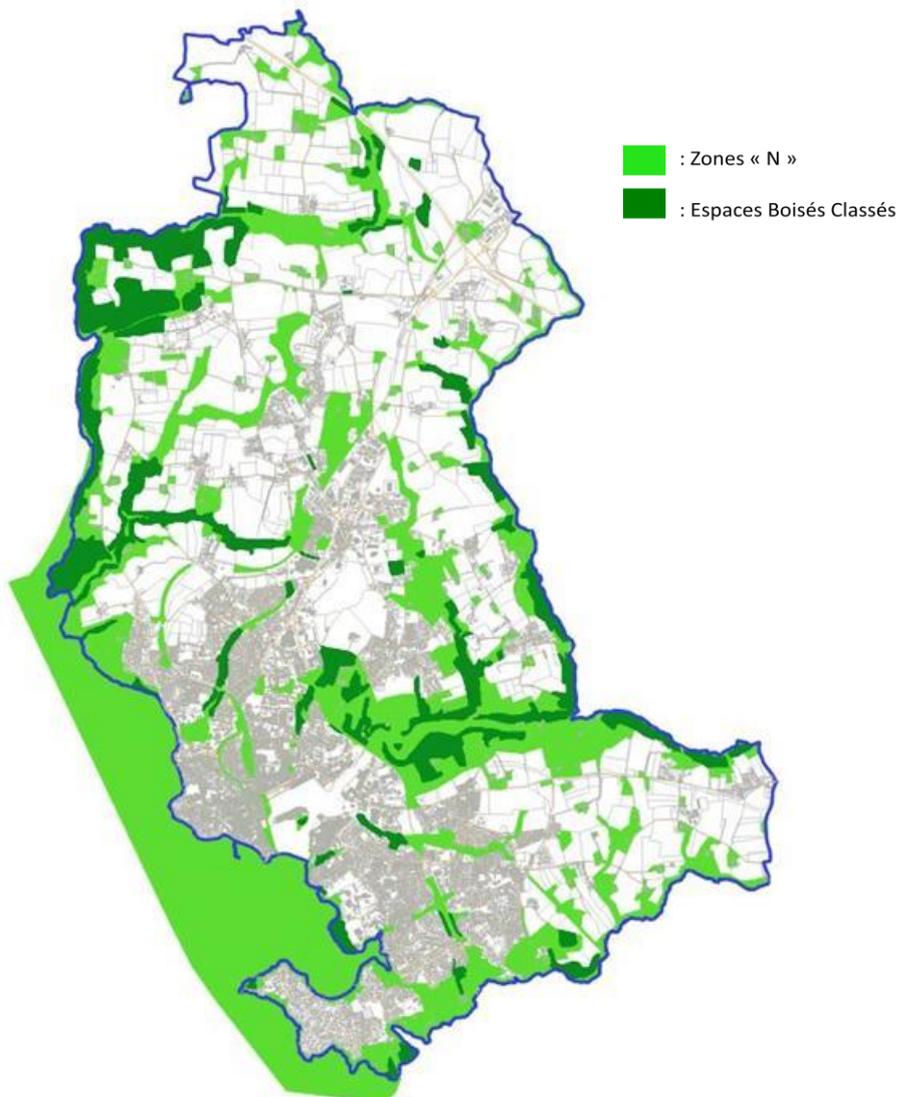
- Des zones « N »,
- Des Espaces Boisés Classés

Dans ces zones, en agglomération, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits (R.581-30 du Code de l'environnement).

Cette disposition s'applique également à la publicité sur mobilier urbain.

A noter que ces espaces se situent, pour la plupart, hors agglomération.

Carte représentant la localisation des Zones N et Espaces Boisés Classés du PLU :



✓ **Axes majeurs de circulation**

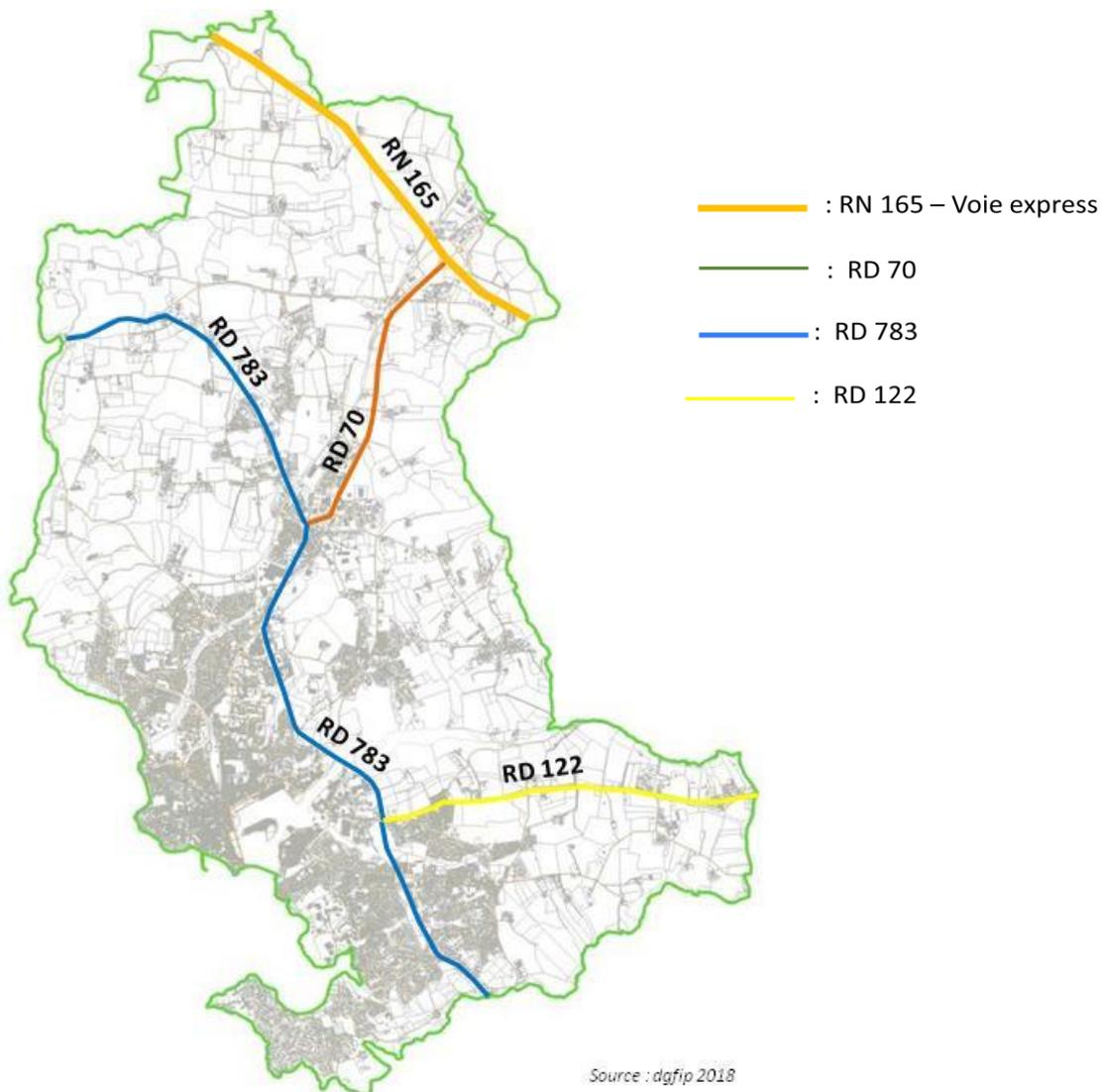
La RN 165, voie express, traverse la partie nord de la commune, dans des secteurs non agglomérés.

La RD 70 fait ensuite la jonction avec la RD 783, axe majeur reliant Quimper à Pont-Aven et traversant la commune du nord-ouest au sud-est.

Sont classées routes à grande circulation :

- La RD 70,
- La RD 783, depuis l'intersection avec la RD 70, jusqu'à l'intersection avec la RD 122

Carte représentant les principaux axes desservant la commune :

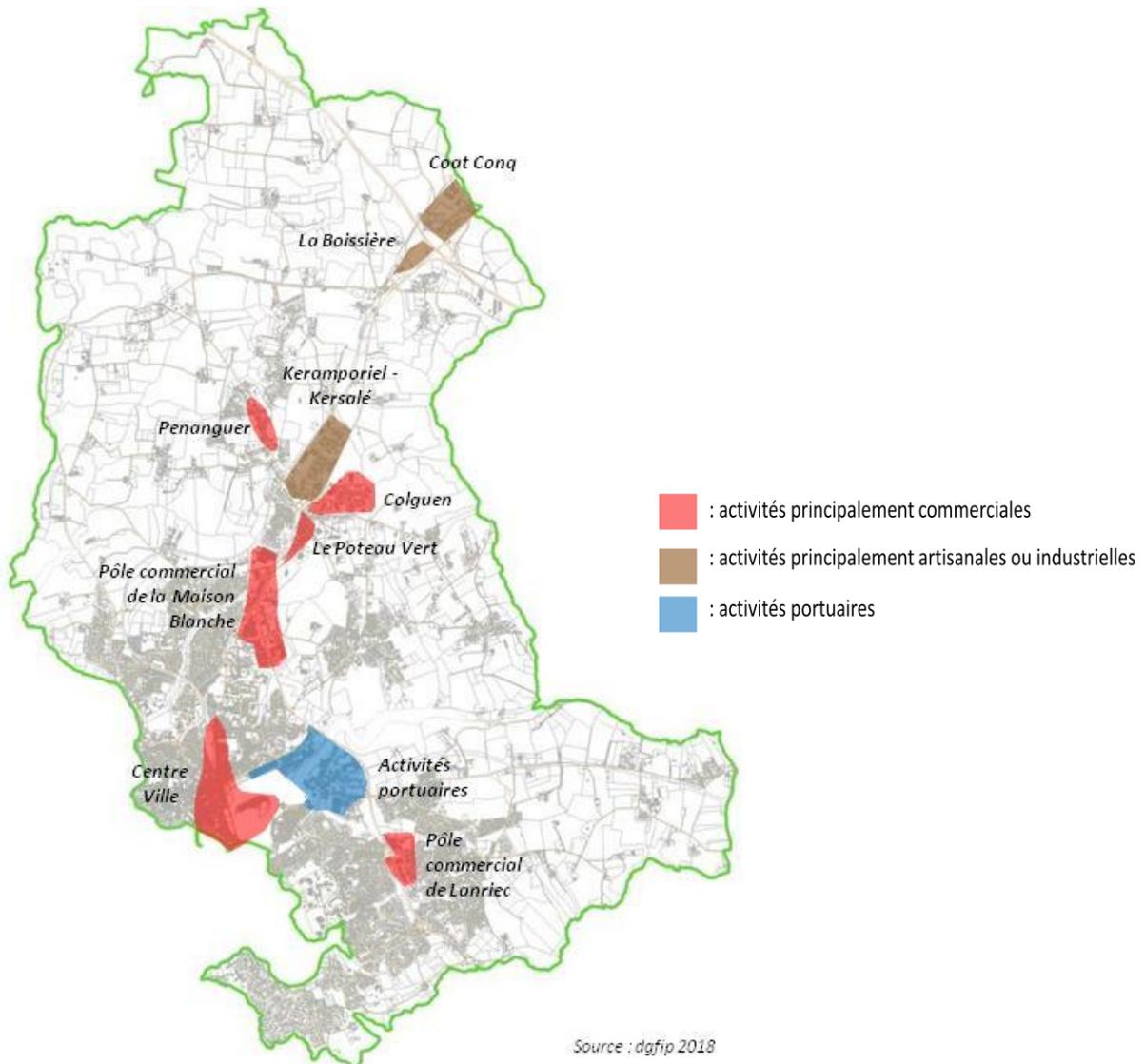


✓ Localisation de l'activité économique

Les principales zones d'activités sont situées le long de la RD 783.

On note la présence de deux supermarchés : un Centre Leclerc au pôle commercial de la Maison Blanche, et un Intermarché au Pôle commercial de Lanriec.

Carte de localisation des pôles d'activités économiques :



Diagnostic

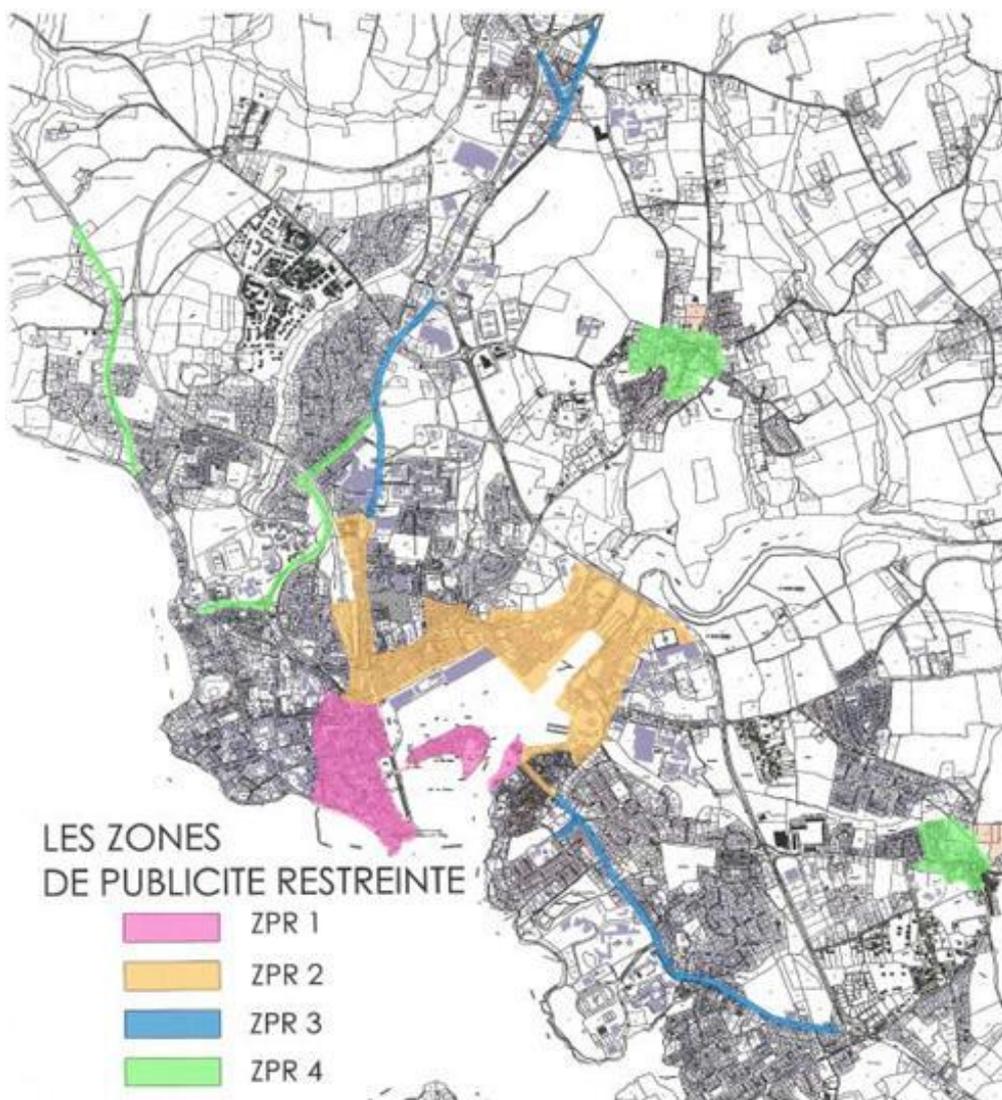
Les règles en vigueur pour établir le diagnostic s'appuient sur celles du Règlement Local de Publicité, ainsi que sur celles du Code de l'environnement, avec sa partie législative (L.581-1 à L.581-45), et sa partie réglementaire (R.581-1 à R.581-88).

L'objectif de ces règles est de protéger le cadre de vie et donner un cadre à la liberté d'expression.

Les règles en vigueur - Règlement Local de Publicité

La ville disposait d'un RLP (arrêté municipal du 10/10/1994), reposant sur un plan de zonage constitué de quatre zones de publicité restreinte (ZPR1 à ZPR4).

Plan de zonage du RLP arrêté le 10/10/1994



✓ Règles générales pour les publicités / préenseignes

- La publicité sur mobilier urbain est admise partout,
- La publicité est limitée en surface à 12 m², et en hauteur à 6 m,
- La publicité lumineuse (numérique) est interdite.

ZONE	LOCALISATION	REGLES
ZPR1	Ville close et ses abords	✓ Publicité murale ou scellée au sol : interdite,
ZPR2	Reste de la ZPPAUP de l'agglomération principale	✓ Publicité scellée au sol : interdite, ✓ Publicité murale limitée aux réaménagements des emplacements existants.
ZPR3	Rue de Quimper, Poteau Vert, rue de Trégunc, rue du Rouz	✓ Publicité murale ou scellée au sol possible, ✓ Publicité scellée au sol limitée en densité en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière.
ZPR4	Bourgs de Beuzec-Conq et de Lanriec, rue de Kerneac'h, av. Robert Jan, VC7 jusqu'à la limite d'agglomération	✓ Mêmes règles qu'en ZPR2

✓ Règles générales pour les enseignes :

- Enseignes à plat limitées à 1 par bâtiment ou mur de clôture,
- Enseignes perpendiculaires limitées en saillie, en fonction de la largeur de la voie et de celle du trottoir,
- Enseignes perpendiculaires limitées en hauteur : garde-corps des fenêtres du 1er étage,
- Enseignes lumineuses (autres qu'éclairées par projection ou transparence) ou néons apparents interdits,
- Enseignes clignotantes ou défilantes interdites.

ZONE	LOCALISATION	REGLES
ZPR1	Ville close et ses abords	✓ Saillie des perpendiculaires limitée à 0.90 m (av Pierre Gueguin, av du Dr Nicolas) ✓ Pour la Ville Close, les enseignes sont de type figuratif, en formes découpées, et en matériaux naturels
ZPR2 ZPR3 ZPR4		✓ Au-delà des règles générales, seules les règles nationales du Code de l'environnement s'appliquent.

Les règles en vigueur - Règles nationales du Code de l'environnement

Les règles nationales du Code de l'environnement (L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88) sont applicables à Concarneau. Lorsque le présent RLP adapte l'une de ces règles, la règle du RLP se substitue alors à la règle nationale.

Les règles nationales les plus significatives sont précisées ci-après.

1/ Publicités et préenseignes hors agglomération

Les publicités et préenseignes sont interdites hors agglomération, à l'exception des préenseignes dérogatoires et des préenseignes temporaires, telles que définies par les articles L.581-19, alinéas 3 et suivants, et L.581-20 du Code de l'environnement.

Le Règlement Local de Publicité ne dispose pas de la possibilité de réglementer ces deux types de préenseignes, qui ne sont donc soumises qu'aux dispositions nationales.

2/ Publicités et préenseignes dans l'agglomération principale

Principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes situées dans l'agglomération principale, hors interdictions absolues ou relatives résultant des articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement.

Dans le périmètre de protection des monuments historiques, il ne peut être dérogé à l'interdiction de publicité que dans le cadre des règles édictées par le présent RLP.

<p>Supports interdits</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation ; • Les murs de bâtiments sauf s'ils sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.5 m² ; • Les clôtures non aveugles, les murs de cimetière et de jardin public.
<p>Densité (propriété privée)</p>	<p>Lorsque la longueur du linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inférieure ou égale à 80 m : 1 seul dispositif, mural ou scellé au sol. Par exception : soit 2 dispositifs alignés verticalement ou verticalement sur un mur support, soit 2 dispositifs scellés ou posés au sol, si le linéaire de façade est supérieur à 40 m. • Supérieure à 80 m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première. <p><i>La règle de densité s'applique pour tout format de dispositif, pour tout type d'installation et pour tout type de publicité (non lumineuse ou lumineuse)</i></p>
<p>Apposition sur un mur</p>	<p><u>Publicités non lumineuses</u> ou éclairées par projection ou transparence :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apposition à plus de 0.5 m du niveau du sol, • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte,

<p>Apposition sur un mur (suite)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Installation sur le mur ou parallèlement au mur, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m, • Suppression préalable des publicités préexistantes, • Surface maximale : 12 m², • Hauteur maximale par rapport au sol de 7.5 m, <p><u>Publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Installation dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte, • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte, • Interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie, • Interdiction d'installation sur un garde-corps de balcon ou de balconnet, • Interdiction d'installation sur une clôture, • Surface maximale : 8 m², • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m.
<p>Installation scellée ou posée au sol</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction d'installation dans les Espaces Boisés Classés (EBC) et dans les zones protégées du PLU, • Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une voie publique située hors agglomération, • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin, lorsque le dispositif se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m. <p><u>Publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Surface maximale : 12 m², <p><u>Publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Surface maximale : 8 m².

3/ Publicités et préenseignes dans l'agglomération de Croissant Bouillet

Principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes situées dans l'agglomération de Croissant Bouillet.

<p>Supports interdits</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation ; • Les murs de bâtiments sauf s'ils sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.5 m² ; • Les clôtures non aveugles, les murs de cimetière et de jardin public.
----------------------------------	---

Densité (propriété privée)	<p>Lorsque la longueur du linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inférieure ou égale à 80 m : 1 seul dispositif mural, Par exception : 2 dispositifs alignés verticalement ou verticalement sur un mur support. • Supérieure à 80 m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première. <p><i>La règle de densité s'applique pour tout format de dispositif.</i></p>
Apposition sur un mur	<ul style="list-style-type: none"> • Apposition à plus de 0.5 m du niveau du sol, • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Installation sur le mur ou parallèlement au mur, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m, • Suppression préalable des publicités préexistantes, • Surface maximale : 4 m², • Hauteur maximale par rapport au sol de 6 m,
Installation scellée ou posée au sol	<p>Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.</p>
Publicité lumineuse	<p>La publicité lumineuse est interdite.</p>

4/ Publicité sur mobilier urbain

Le mobilier urbain ne peut supporter de publicité :

- Hors agglomération,
- Dans un Espace Boisé Classé du PLU,
- Dans une zone protégée par le PLU,

Par ailleurs, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité numérique dans une agglomération de moins de 10 000 habitants.

Le RLP ne peut déroger à ces interdictions.

Pour les autres cas, en dehors des interdictions relatives dans le périmètre des monuments historiques, fixées par l'article L.581-8 du Code de l'environnement, les principales règles sont les suivantes :

Tous mobiliers	<p>L'affichage ne doit pas être visible à partir d'une voie publique située hors agglomération</p>
Abris voyageurs	<ul style="list-style-type: none"> • Surface unitaire maximale de la publicité : 2 m² ; • 2 m² peuvent être rajoutés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol

<p>Mobiliers accessoirement publicitaires</p>	<p>La surface de la publicité n'excède pas la surface non publicitaire (information à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques).</p> <p>Agglomération principale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surface maximale : 12 m² (8 m² pour un mobilier numérique), - Hauteur maximale : 6 m, <p>Agglomération de Croissant Bouillet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surface maximale : 2 m², - Hauteur maximale : 3 m,
--	--

5/ Enseignes permanentes

<p>Règles générales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Matériaux durables, • Bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement, • Suppression de l'enseigne et remise en état des lieux dans les 3 mois suivant la suppression de l'activité, • Extinction des enseignes entre 1h et 6h (sauf si l'activité fonctionne dans cette période), • Interdiction des enseignes clignotantes (sauf pour les pharmacies et services d'urgence).
<p>Apposition à plat ou parallèle au mur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement des limites du mur qui supporte l'enseigne, • Pas de dépassement des limites de l'égout du toit, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m, • Sur un auvent, une marquise, la hauteur de l'enseigne est limitée à 1 m, • Devant un balcon ou une baie : la hauteur de l'enseigne est limitée à celle du garde-corps.
<p>Apposition perpendiculaire au mur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement de la limite supérieure du mur, • Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m, • Interdiction d'installation devant une fenêtre ou un balcon.
<p>Surface maximale des enseignes sur façade</p>	<p>La surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (à plat sur mur et perpendiculaires au mur) ne doit pas excéder :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est inférieure à 50 m², • 15 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est supérieure à 50 m².
<p>Installation en toiture</p>	<p>Pour le cas le plus courant de l'activité exercée dans plus de la moitié d'un bâtiment de moins de 15 m de haut :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enseigne réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant sa fixation, et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la

<p>Installation en toiture (suite)</p>	<p>dissimulation des supports de base,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hauteur maximale de l’enseigne : 3 m, • Surface cumulée maximale des enseignes sur toiture d’un même établissement : 60 m².
<p>Installation scellée ou posée au sol (> 1 m²)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin, lorsque l’enseigne se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, sauf enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s’exerçant sur deux fonds voisins, • Densité limitée à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l’immeuble où est exercée l’activité signalée, • Surface maximale : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Agglomération principale (> 10 000 habitants) : 12 m², ✓ Agglomérations de Croissant Bouillet (< 10 000 habitants) : 6 m², • Hauteur maximale par rapport au sol : <ul style="list-style-type: none"> ✓ 6.50 m, si la largeur est supérieure ou égale à 1 m, ✓ 8 m, si la largeur est inférieure à 1 m.

6/ Enseignes temporaires

Sont considérées comme des enseignes temporaires, au sens de l’article R.581-68 du Code de l’environnement :

- 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 la location ou la vente de fonds de commerce.

<p>Durée d’installation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Installation 3 semaines au plus tôt avant le début de la manifestation ou de l’opération • Retrait 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l’opération.
<p>Règle générale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bon état de propreté, d’entretien et de fonctionnement.
<p>Apposition à plat ou parallèle au mur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement des limites du mur, • Pas de dépassement des limites de l’égout du toit, • Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m.

<p>Apposition perpendiculaire au mur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement de la limite supérieure du mur, • Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m.
<p>Installation scellée ou posée au sol (> 1 m²)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin, lorsque l'enseigne se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, sauf enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s'exerçant sur deux fonds voisins, • Densité limitée à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée, • Cas des enseignes installées pour plus de 3 mois (travaux publics, opérations immobilières, location ou vente de fonds de commerce) : surface unitaire maximale de 12 m².
<p>Extinction</p>	<p>Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.</p> <p>En cas d'activité entre 1 heure et 6 heures, 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.</p>

L'objectif de l'ensemble de ces règles est de **protéger le cadre de vie**, de donner un cadre à la liberté d'expression.

Les règles du Règlement Local de Publicité ne peuvent être que plus restrictives que les règles nationales du Code de l'environnement, exception faite de la possibilité de dérogation dans les secteurs protégés définis par l'article L.581-8 du Code de l'environnement, dérogation rendue possible par ce même article.

Diagnostic des publicités et des préenseignes

Le diagnostic présenté ci-après a été réalisé à partir d'un inventaire principal réalisé en septembre 2019.

1/ Etat des lieux

→ **190 publicités et préenseignes** sont installées sur le territoire communal, représentant une surface totale d'environ 1 200 m².

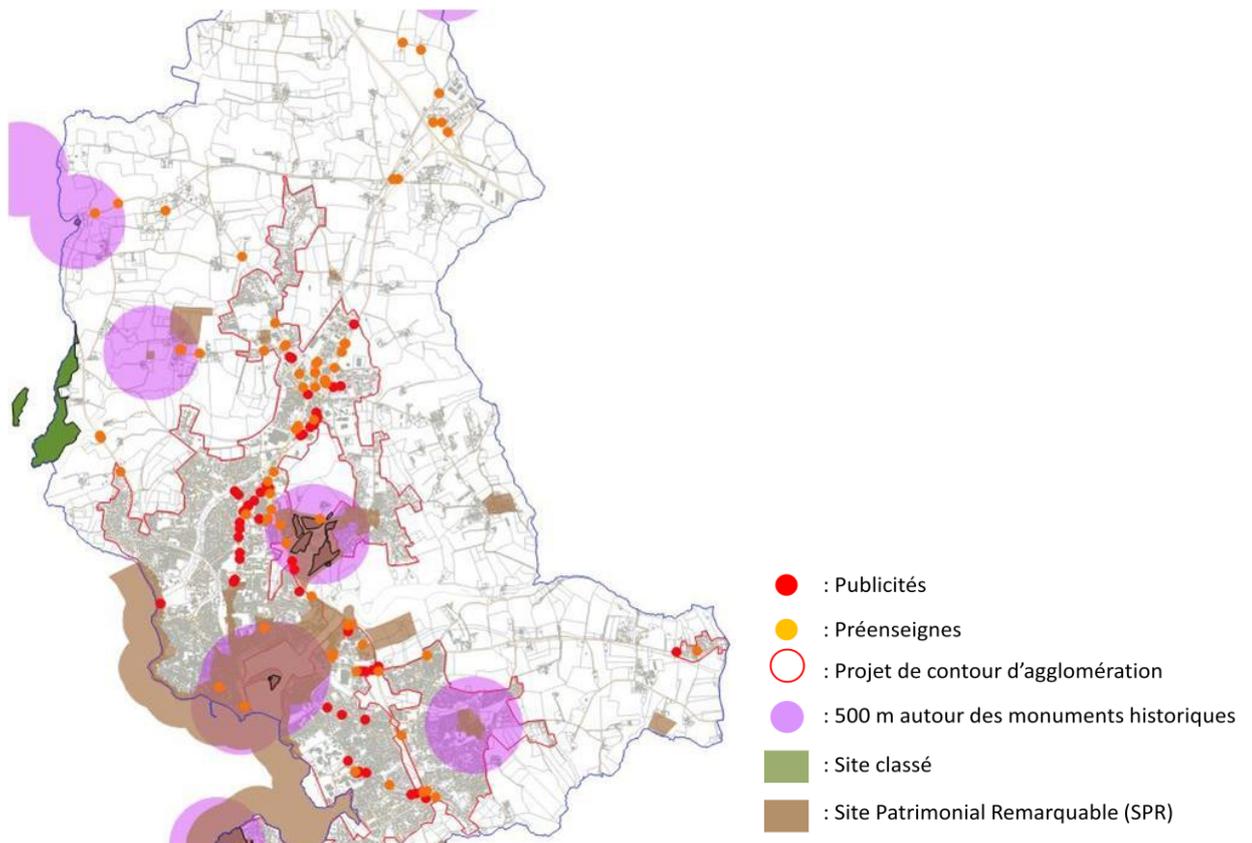
La publicité sur mobilier urbain, exploitée par Clear Channel, représente 45 supports de 2 m² de surface (23 abris voyageurs et 22 planimètres).

→ **Formats :**

- Les formats « standard » les plus représentés sont le 4X3 (12 m²), et le format de 1.5 m² ; Ils sont au nombre de 24 supports chacun,
- 20 supports ont une surface autour de 8 m².
- Le reste est constitué de formats disparates ; une quarantaine de supports fait moins d' 1 m² (fléchages).

→ **Exploitants les plus représentés :** Affiouest, Promovil, Affirama.

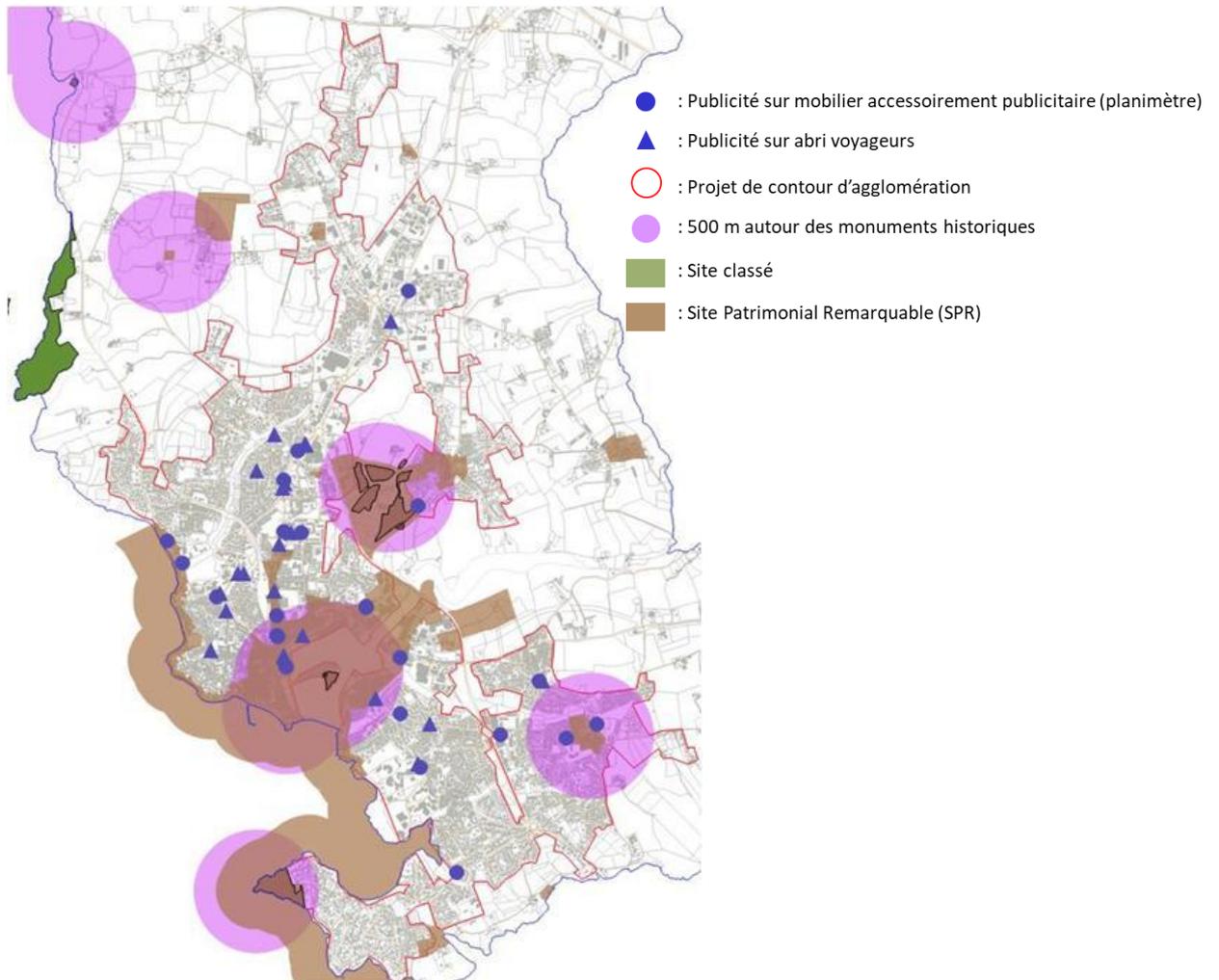
✓ Localisation des publicités et des préenseignes



La densité la plus importante de dispositifs se situe là où le RLP en vigueur a le plus largement admis leur installation (rue de Quimper, rue de Trégunc, Poteau Vert), ou bien hors du zonage du RLP, les règles nationales s'appliquant alors, dans la mesure où ces nouveaux espaces agglomérés ne font pas l'objet de règles dans le RLP de 1994.

Un nombre significatif de préenseignes se situe hors agglomération, au nord de la commune.

✓ Localisation de la publicité sur mobilier urbain



Certains mobiliers se situent en Site Patrimonial Remarquable et/ou dans le périmètre de 500 m autour des monuments historiques.

Ceci ne constitue pas une infraction, le RLP de 1994 admettant la publicité sur mobilier urbain dans les secteurs d'interdiction relative.

2/ Diagnostic réglementaire

- ✓ **70 publicités et préenseignes** environ sont en infraction par rapport aux règles nationales et locales en vigueur, dont 50 font moins de 1.5 m².
- ✓ **22 motifs** ont été déterminés, dont 4 relatifs au RLP en vigueur :
 - Certains conduisent à la suppression des supports concernés, qui ne peuvent pas être mis en conformité à l'emplacement où ils se trouvent,
 - D'autres peuvent être mis en conformité.

Publicité installée hors agglomération (L.581-7 : 27 cas), ou dont l'affichage est visible d'une voie située hors agglomération (R.581-31 : 4 cas)

Les infractions de présence hors agglomération concernent principalement :

- La promotion des paysagistes ou d'autres activités sur la RD 783 :



Ce dispositif est également situé en SPR et en zone N du PLU

- Quelques préenseignes anciennement dérogatoires, relatives à la restauration, l'hôtellerie ou les activités en retrait :



- Le signalement d'activités à Coat Conq (petits formats) :



La zone d'activités de Coat Conq est dénuée de SIL

Publicité installée sur des supports interdits par l'article R.581-22

- Installations réalisées sur mur non aveugle (6 cas), sur clôture non aveugle (11 cas), sur poteau EDF, télécom, ou signalisation routière (6 cas)

- Sur murs non aveugles (ouvertures > 0.5m²) :



- Sur clôtures non aveugles ; les infractions concernent essentiellement la zone de Kersalé, où la SIL n'est pas présente



- Sur poteau EDF, télécom, ou signalisation routière :



Les infractions liées à la présence sur poteaux EDF, Télécom, ou signalisation routière, sont associées à celles relatives à l'installation sans autorisation du propriétaire (L.581-24), infraction qui concerne au total 24 supports (sur le domaine public), tous de petite surface.

Présence de publicité scellée au sol en zone N et en Espaces Boisés Classés, en agglomération - (R.581-31 : 6 cas)



Dispositifs en Espaces Boisés Classés

En zone N du PLU



Cette règle s'applique également à la publicité sur mobilier urbain

Publicité sur un arbre : interdiction absolue de l'art. L.581-4

Publicité présente en Site Patrimonial Remarquable (L.581-8 : 10 cas)

- Le RLP de 1994 admet la publicité sur mobilier urbain en SPR, ainsi que les publicités murales « préexistantes », en ZPR2 ; les 10 autres dispositifs publicitaires en SPR s'y trouvent donc en infraction :



Installation à moins de 0.5 m du sol

- 13 mobiliers urbains (planimètres ou abris voyageurs) supportent de la publicité dans le SPR en vigueur, dont 5 se situent dans le périmètre de 500 m et en covisibilité avec un monument historique,

Ces infractions interviendront à l'échéance du 13/01/2023, sauf si le futur RLP envisage des installations en SPR.

Autres cas :

- Installation au-dessus du niveau de l'égout du toit : 2 cas



- Publicité sans information sur l'exploitant : 2 cas,
- Publicité scellée ou posée au sol en ZPR2 : 2 cas
- Affichage sauvage : quelques emplacements ont été relevés, sur les installations EDF



Affichage sauvage proche de la Ville Close

3/ Diagnostic qualitatif

De nombreux secteurs de la ville sont totalement épargnés par la présence publicitaire.

Il convient de noter que le RLP en vigueur a permis de contrôler et/ou de maîtriser les installations.

Néanmoins, certains problèmes se rencontrent :

La présence imposée par la publicité dans un environnement verdoyant ou paysager



Rue de Quimper : présence de publicité dans des espaces hautement végétalisés



Rue de Kérose : impact fort de publicités qui se succèdent, dans un cadre boisé

La vision sur des publicités arrive en même temps que les premières vues sur la mer, en entrée de ville, rue de Quimper



Rue de Quimper : la présence de ce panneau publicitaire empêche la vue sur le front de mer



Rue de Quimper : présence simultanée de publicités avec la ligne d'horizon du bord de mer



La succession de publicités sur certains axes, associée à des formats souvent imposants, conduit à un impact visuel important :



Rue de Kérose



Rue de Colguen



La présence de végétation en premier plan (rue de Quimper, rond-point de Colguen) atténue l'impact de la publicité.

La publicité de grand format, murale ou scellée au sol, marque sa présence de façon importante :



La publicité est disproportionnée par rapport au mur support



L'impact est renforcé lorsque la publicité est parallèle à la route

Le traitement récent de certaines infractions a conduit à des résultats inesthétiques :



Les finitions laissent à désirer !



Publicité trop basse : l'impact visuel est fort

Diagnostic des enseignes

26 motifs d'infractions ont été relevés pour les enseignes.

140 commerces ou entreprises sont concernés par des infractions, si l'on fait abstraction de celle la plus fréquente, concernant le surnombre d'enseignes (règle générale du RLP limitant à une le nombre d'enseignes à plat sur mur par bâtiment ou mur de clôture).

Des exemples sont donnés ci-après, faisant références aux articles relatifs au Code de l'environnement.

1/ Diagnostic réglementaire

Enseignes hors du lieu d'activité : une soixantaine de cas

Par définition de l'article L.581-3, les enseignes se situent sur les lieux de l'activité qu'elles signalent ; de plus, le RLP prévoit que les enseignes se situent, au plus haut, en dessous du garde-corps du 1er étage.



Les enseignes perpendiculaires sont fréquemment touchées par ce problème.



Les enseignes sont, de plus, interdites devant les baies



Dans certains cas, la présence d'enseignes au dessus du niveau requis peut présenter un intérêt.

Enseignes maintenues après cessation d'activité : une vingtaine de cas

« Une enseigne est supprimée 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 [...] » : R.581-58 du Code de l'environnement



Cette infraction conduit à altérer l'image de l'immeuble et peut avoir des répercussions sur le commerce environnant et est susceptible d'affecter durablement le cadre de vie.

Enseignes à plat sur mur non conformes : une trentaine de cas

- ✓ Dépassement des limites du mur ; Saillie > 25 cm

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre [...] » : R.581-60 du Code de l'environnement



- ✓ Installation devant une fenêtre ou au-dessus du niveau de l'égout du toit (R.581-60)



Cette infraction est fréquente sur les bâtiments de type « hangar », en zones d'activités, ou sur les maisons transformées en commerces.

- ✓ Non-respect du nombre d'enseigne par bâtiment ou mur de clôture :

La très grande majorité des commerces et entreprises de Concarneau contrevient à l'une des règles générales adoptées par le RLP qui est la limitation à une enseigne par bâtiment ou mur de clôture.



Enseignes perpendiculaires non conformes :

Au-delà de l'installation au-dessus de la limite du garde-corps de la fenêtre du premier étage, des saillies sont non conformes (RLP et Code de l'environnement) ; quelques enseignes sont installées sur un balcon. (R.581-61)



Occupation des façades trop importante : Une trentaine de cas

« Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant (R.581-63) :

- 15 % de la surface de cette façade, si celle-ci est supérieure à 50 m²,
- 25 % de la surface de cette façade, si celle-ci est inférieure à 50 m². »



> 25 % (façade < 50 m²)

Les baies des commerces reçoivent souvent de la communication commerciale, ce qui contribue au non-respect de cette règle.



> 15 % (façade > 50 m²)

Enseignes non conformes en toiture : panneaux pleins au lieu de lettres découpées - (R.581-62) :



Enseignes scellées ou posées au sol non conformes : une trentaine d'entreprises concernées (R.581-64 & R.581-65)

✓ En surnombre ; surface et/ou hauteur trop importante



- *Surnombre (> 1) ;*
- *Hauteur drapeaux > 6.5 m ;*
- *H/2 et distance / baies non respectés.*

Les drapeaux contribuent souvent à ces non-conformités



Surface > 12 m²

- ✓ Distances aux limites séparatives non respectées



H/2 non respecté

Et enseigne à moins de 10 m d'une baie située sur le fonds voisin

- ✓ Surface et densité non conformes hors agglomération :



Surnombre (> 1) ; Surface du totem > 6 m²



Surface > 6 m²

2/ Diagnostic qualitatif

Dans l'ensemble, on peut dire que les enseignes sont d'assez bonne qualité à Concarneau, bien intégrées dans leur environnement, et sans excès d'anomalies.

Le contrôle plus strict des enseignes en SPR, soumises à l'accord de l'ABF, contribue à l'obtention d'une esthétique d'ensemble. Sur les ensembles commerciaux récents, les enseignes sont bien proportionnées.



Ville Close



Place du Général de Gaulle



Le Rhun

Dans la Ville Close, en centre-ville, et sur les bâtiments de type « habitation », les principaux problèmes concernent :

- ✓ Le nombre important d'enseignes sur ou aux abords de certains commerces :



- ✓ Certains stores : mauvais état, dimensions et surcharge des inscriptions



- ✓ Le nombre parfois important d'enseignes perpendiculaires, qui nuisent à la perception des façades :



- ✓ Le positionnement des certaines enseignes par rapport aux façades, et la nature des matériaux employés.

Dans les zones d'activités, les principaux problèmes identifiés concernent :

- ✓ Le nombre et la forme des enseignes scellées au sol, lesquelles, objet de contreparties, ont un format de type « publicitaire » :



- ✓ L'usage des banderoles, dont la pose n'est pas toujours réalisée dans de bonnes conditions :



✓ L'état de certaines enseignes ou bâtiments, ainsi qu'un montage hétéroclite :



Objectifs poursuivis et orientations générales

Les objectifs poursuivis par la ville ont été fixés lors de la délibération du Conseil Municipal du 15/11/2018.

Ces objectifs sont de :

- Garantir un environnement et un cadre de vie de qualité ;
- Conforter l'attractivité de la ville en permettant aux acteurs économiques de mettre en valeur leurs activités ;
- Lutter contre la pollution visuelle, en encadrant la publicité, les enseignes et les préenseignes dans les zones commerciales, entrées de ville, et axes structurants ;
- Prendre en compte la réglementation nationale, et l'évolution des technologies des supports ;
- Prévoir des dispositions spécifiques selon les secteurs géographiques (ZPPAUP / AVAP, secteurs ruraux,...) ;
- Intégrer les exigences du Grenelle II en matière d'extinction nocturne, et consommation énergétique.

A partir de ces objectifs et de l'analyse précédemment présentée, les orientations générales qui se dégagent sont les suivantes :

- 1. La protection du patrimoine naturel et bâti, des aménagements paysagers et des vues sur la mer :**
 - En mettant en place des critères d'installation des publicités (zonage, interdictions, reculs,...) permettant la préservation du patrimoine et des vues sur les éléments intéressants du paysage,
 - En interdisant ou en cadrant strictement les possibilités d'installation des publicités en SPR, zone d'interdiction relative,
 - En instituant des règles qualitatives et quantitatives d'intégration des enseignes sur les façades en SPR.
- 2. Amélioration de l'impact visuel des différents supports publicitaires :**
 - En réduisant les surfaces, voire les densités, au-delà des règles nationales,
 - En mettant en place des critères « esthétiques » sur les supports eux-mêmes, et leur intégration dans leur environnement.
- 3. Envisager les conditions d'installation des supports numériques :**
 - En mettant en place un zonage et des règles de nature à protéger les paysages et les zones résidentielles de l'impact des publicités et des enseignes numériques.

4. Limitation de l'impact environnemental des supports lumineux :

- En mettant en place des règles d'extinction pour les publicités et les enseignes lumineuses,
- En interdisant ou en cadrant l'usage de certains éclairages.

Corrélation avec les orientations du PADD du PLU en cours d'élaboration :

Certains éléments du PADD s'avèrent importants à prendre en compte, pour assurer la cohérence des futurs documents, dans la perspective de ces nouvelles réglementations. Il s'agit de :

- La mise en valeur du patrimoine naturel et paysager de Concarneau, et notamment,
- La végétalisation des espaces publics et privés :
 - Intégration paysagère des nouvelles opérations d'aménagement,
 - Aménagement d'espaces verts sur les espaces publics,
- La protection du patrimoine bâti remarquable, en ou hors SPR,
- La requalification des zones d'activités existantes,
- L'arrêt du développement de nouvelles zones commerciales, au profit du commerce de centre-ville et de proximité.

Contenu du règlement- Justification des choix retenus

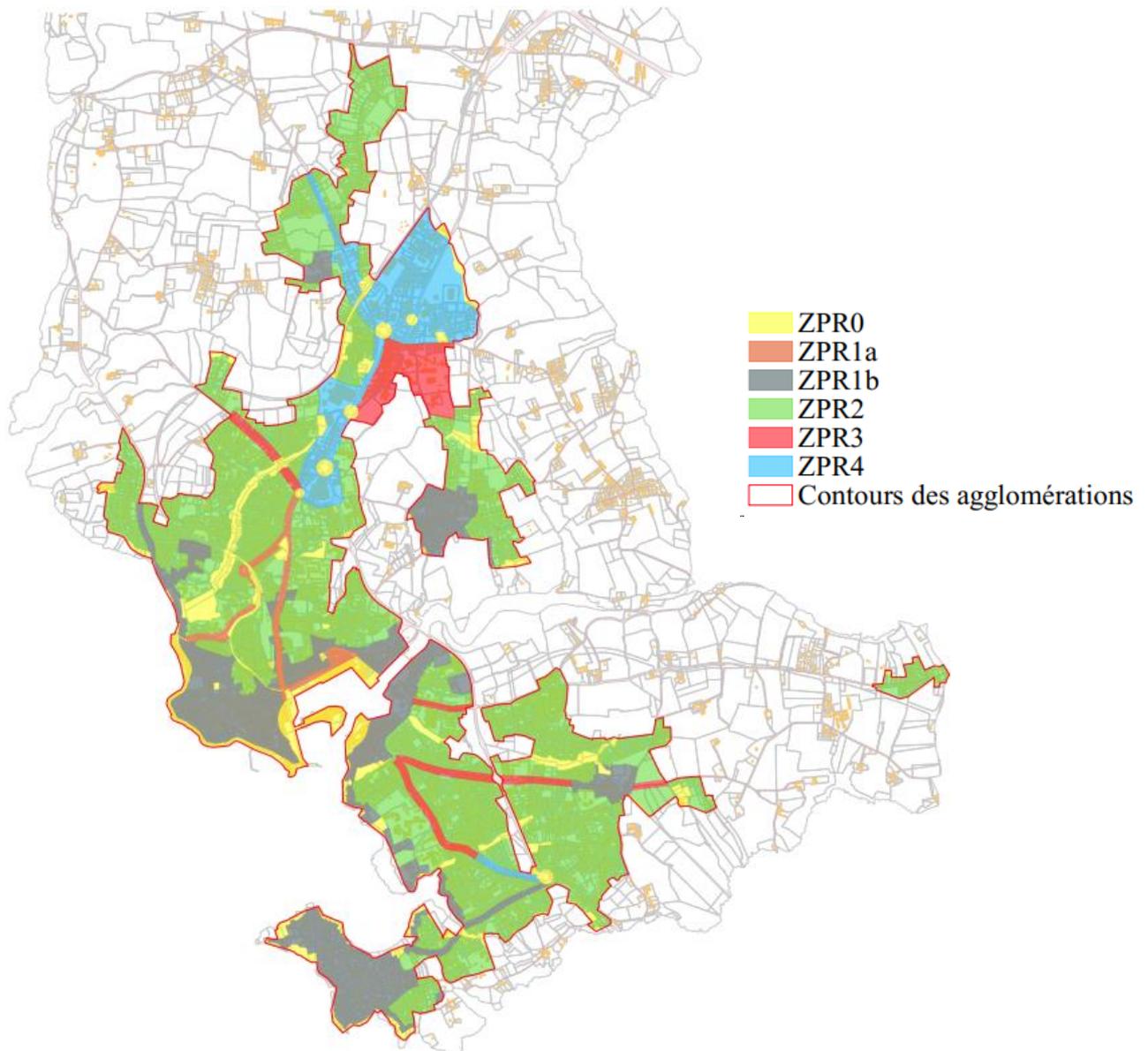
Justification du zonage et des règles relatives aux publicités et aux préenseignes

Six zones de publicité sont instituées dans les limites des agglomérations.

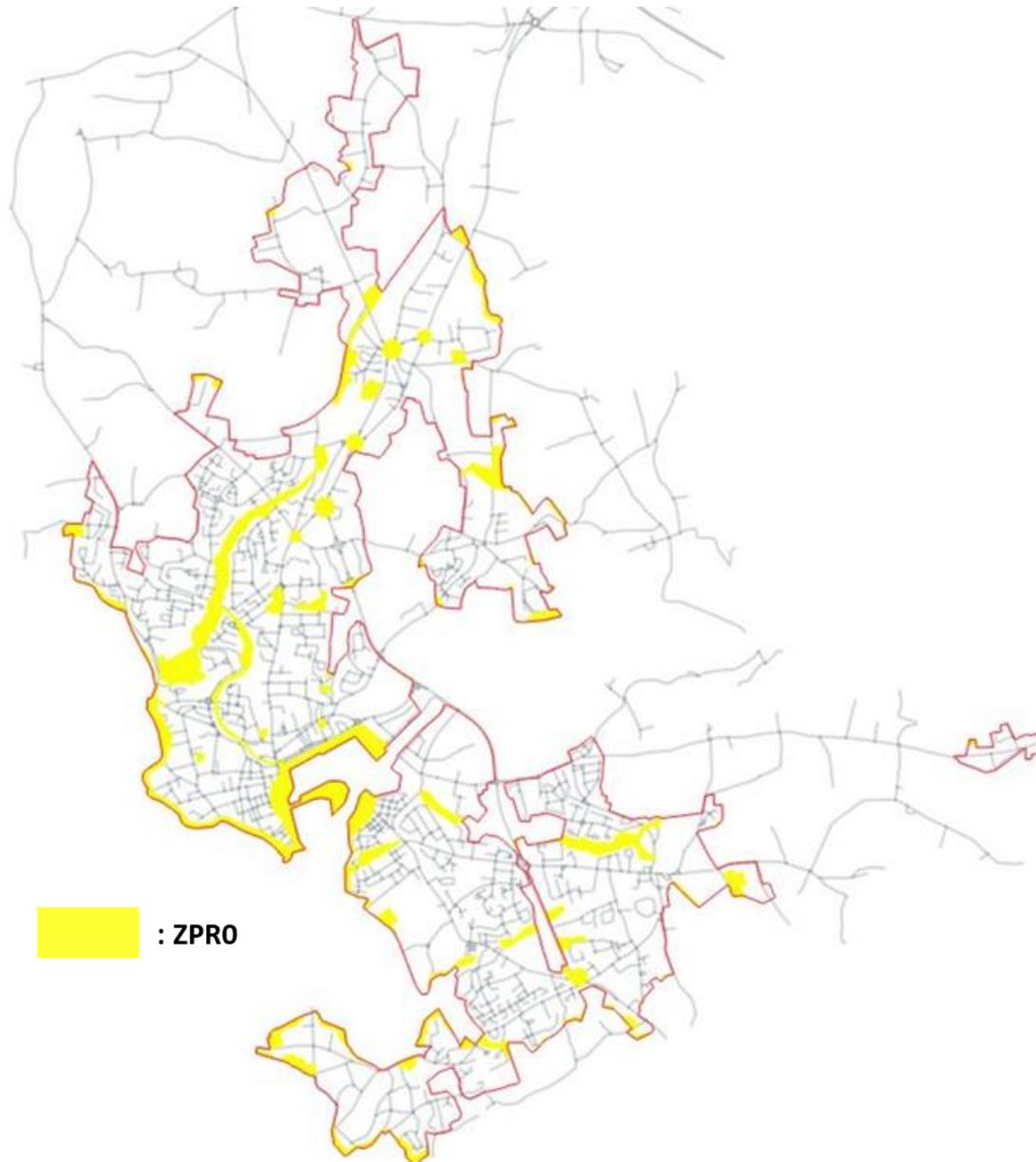
Elles se nomment ZPR, pour « Zone de Publicité Réglementée ».

Le plan de zonage est présenté en annexe 1 et rappelé ci-après. Les zones concernées par la réglementation se nomment ZPR0 à ZPR4. La ZPR1 est constituée de deux sous-zones : la ZPR1a et la ZPR1b

Plan de zonage, sur les zones agglomérées de la commune :



ZPRO : cartographie de la zone :



La **ZPRO** correspond à des secteurs à protéger particulièrement ; certains de ceux-ci font d'ailleurs l'objet d'interdictions de publicité, édictées en vertu des articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement. Il s'agit :

- De la Ville Close et d'un périmètre de 200 m autour de celle-ci,
- Des zones N définies par le PLU, en agglomération :
 - A la traversée de la rue de Penanguer, la ZPRO (Voie Verte) est élargie jusqu'à l'impasse de Keramporiel et la rue des Grillons,
 - A la traversée de la route de Kerguères (Sentier des 3 Vallées), la ZPRO est élargie aux parcelles limitrophes.

Ces protections supplémentaires, de part et d'autre des voies vertes, permettent de protéger et de mettre en valeur ces espaces paysagers, aux abords des axes routiers.

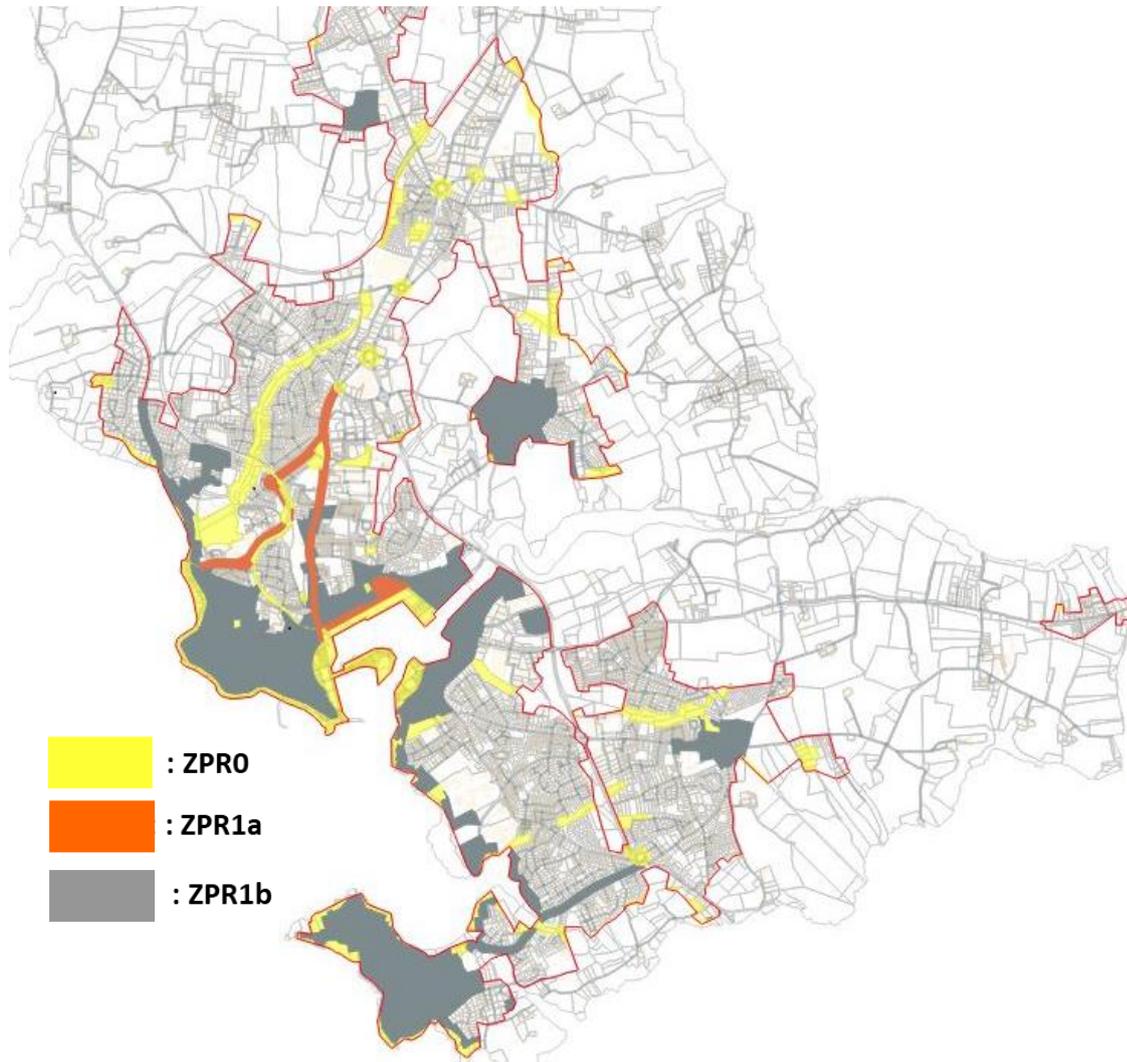
- De la frange côtière, de part et d'autre de la Ville Close :
 - Jusqu'au rond-point des Sables Blancs, en remontant par la rue Henri Cévaër vers la rue Robert Jan, à l'ouest,
 - Jusqu'au quai est, à l'est,
- D'un périmètre de 20 m autour des giratoires suivants :
 - Colguen,
 - Maison Blanche,
- D'un périmètre de 30 m autour des giratoires suivants :
 - Keramporiel,
 - Villeneuve,
 - Keramperu,
 - Kerviniou.

La logique qui a guidé la différenciation du recul vis-à-vis de ces giratoires est, d'une part, le diamètre de ceux-ci, dans une recherche de proportionnalité, et, d'autre part, leur environnement direct. En effet, les publicités ont un impact plus fort dans un environnement dégagé, avec un bâti relativement lointain, c'est la raison pour laquelle le giratoire de Kerviniou, situé dans un environnement dégagé, a été placé dans la même catégorie que des giratoires de tailles plus imposantes, alors que ses caractéristiques dimensionnelles sont identiques, par exemple à celui de Colguen, situé en zone d'activités. Le recul de toutes les publicités (mobilier urbain inclus) autour ces giratoires vise à mettre en valeur leur aménagement paysager, souvent soigné, sur le rond-point lui-même, et sur ses abords.

La publicité est interdite en ZPRO.

Ce zonage et cette disposition d'interdiction répondent à l'orientation de protection du patrimoine naturel et bâti, des aménagements paysagers et des vues sur la mer.

ZPR1 (ZPR1a - ZPR1b) : cartographie de la zone :



La ZPR1 est constituée de deux sous zones (ZPR1a et ZPR1b) et correspond à des secteurs à protéger largement de la publicité ; certains axes stratégiques du point de vue de la maîtrise des paysages font partie de cette zone, ainsi que le Site Patrimonial Remarquable (SPR), lequel est intégralement inclus en ZPR1a ou ZPR1b, en dehors de sa partie incluse en ZPR0.

La ZPR1a est constituée :

- Du Quai Carnot jusqu'au rond-point du Lin ; situé en face de la Ville Close, l'intégration de ce quai en ZPR1a complète le dispositif de protection de ce monument,
- De l'axe rue de Quimper - avenue de la Gare, depuis le rond-point de la Maison Blanche jusqu'à l'arrivée avenue Pierre Guégin / Quai Carnot.
- De l'axe rue de Kerneac'h - avenue Robert Jan, jusqu'au rond-point des Sables Blancs (à noter qu'une zone N correspondant à une voie verte jouxte puis traverse l'avenue Robert Jan)

RAPPORT DE PRESENTATION

Ces deux axes constituent les accès principaux au cœur de Concarneau, le premier menant à la Ville Close par le centre-ville, le second directement à la Corniche.

Ils ont la particularité d'offrir des perspectives sur le littoral, se situant à une altitude plus élevée.

L'axe Kerneac'h - Robert Jan avait été protégé par le RLP de 1994, on n'y trouve aujourd'hui que 4 publicités sur le domaine public.



Rue de Kerneac'h



Av Robert Jan, partie boisée



Rue Robert Jan, arrivée sur le rond-point des sables Blancs

Le RLP de 1994 n'offrait aucune protection, en revanche, de l'axe Quimper - Gare, où la publicité y était, a contrario, officialisée par la mise en place d'une ZPR, si bien que d'une dizaine de publicité s'y trouve aujourd'hui sur la propriété privée, et 9 sur le domaine public (5 planimètres et 4 abris voyageurs).

Sur cet axe, la publicité affecte particulièrement le paysage, pour les raisons suivantes :

- Obturation des perspectives sur le front de mer,
- Insertion dans des environnements paysagers, où les espaces publics et privés sont largement végétalisés, et devraient tendre à l'être encore davantage, suite à l'orientation du PADD de « végétalisation des espaces publics et privés » :



Obturation de la ligne d'horizon sur le front de mer



Publicités cohabitant avec des aménagements paysagers



En ZPR1a, la publicité est limitée :

- Au **Microaffichage publicitaire**, en dehors du Site Patrimonial Remarquable,
Ce type de publicité, introduit par l'article L.581-8 du Code de l'environnement, correspond à de l'affichage de petit format (le plus souvent 0.5 m²), intégré aux devantures commerciales, dans des caissons minces protégés par des vitres étanches.
Un Règlement Local de Publicité n'a pas la faculté de régler ce type de publicité, dont la présence dans les secteurs d'interdiction de l'article L.581-8 du Code de l'environnement peut toutefois être envisagée, par dérogation. Une telle dérogation n'est pas envisagée par le RLP. A noter que ce type de publicité n'est pas présent à ce jour sur Concarneau.
- A la **publicité présente sur les abris voyageurs**,
La publicité sur abris voyageurs est admise compte tenu :
 - ✓ Du service rendu par ces mobiliers urbains, dont l'implantation répond à des critères techniques et de gestion de flux,
 - ✓ Du nombre concerné de ces mobiliers : 8, pour un linéaire cumulé de voies, en ZPR1a, d'environ 4 km.

Ces limitations permettent de protéger grandement ces axes, et de permettre un accès au centre-ville et à la corniche cohérent sur tout le linéaire, depuis le rond-point de la Maison Blanche, en matière de traitement des espaces.

La ZPR1b est constituée de :

- La partie du Site Patrimonial Remarquable (SPR) non incluse en ZPR1a ou en ZPR0,
- La rue des Sables Blancs, depuis les limites du SPR jusqu'à la limite d'agglomération,
- L'avenue du Cabellou, depuis le rond-point de Kerviniou, jusqu'à la limite du SPR.

Ces deux axes, qui ne sont pas aujourd'hui investis par la publicité, ont été ajoutés au SPR afin de constituer la ZPR1b cohérente, dans la mesure où ils s'inscrivent logiquement dans une continuité de traitement par rapport au SPR :

- Accès de ville rue des Sables Blancs, offrant des panoramas intéressants, un environnement verdoyant, et une proximité avec l'Anse Saint-Jean, site classé,
- Accès au patrimoine remarquable de la pointe du Cabellou.

En ZPR1b, la publicité est possible sous les formes suivantes :

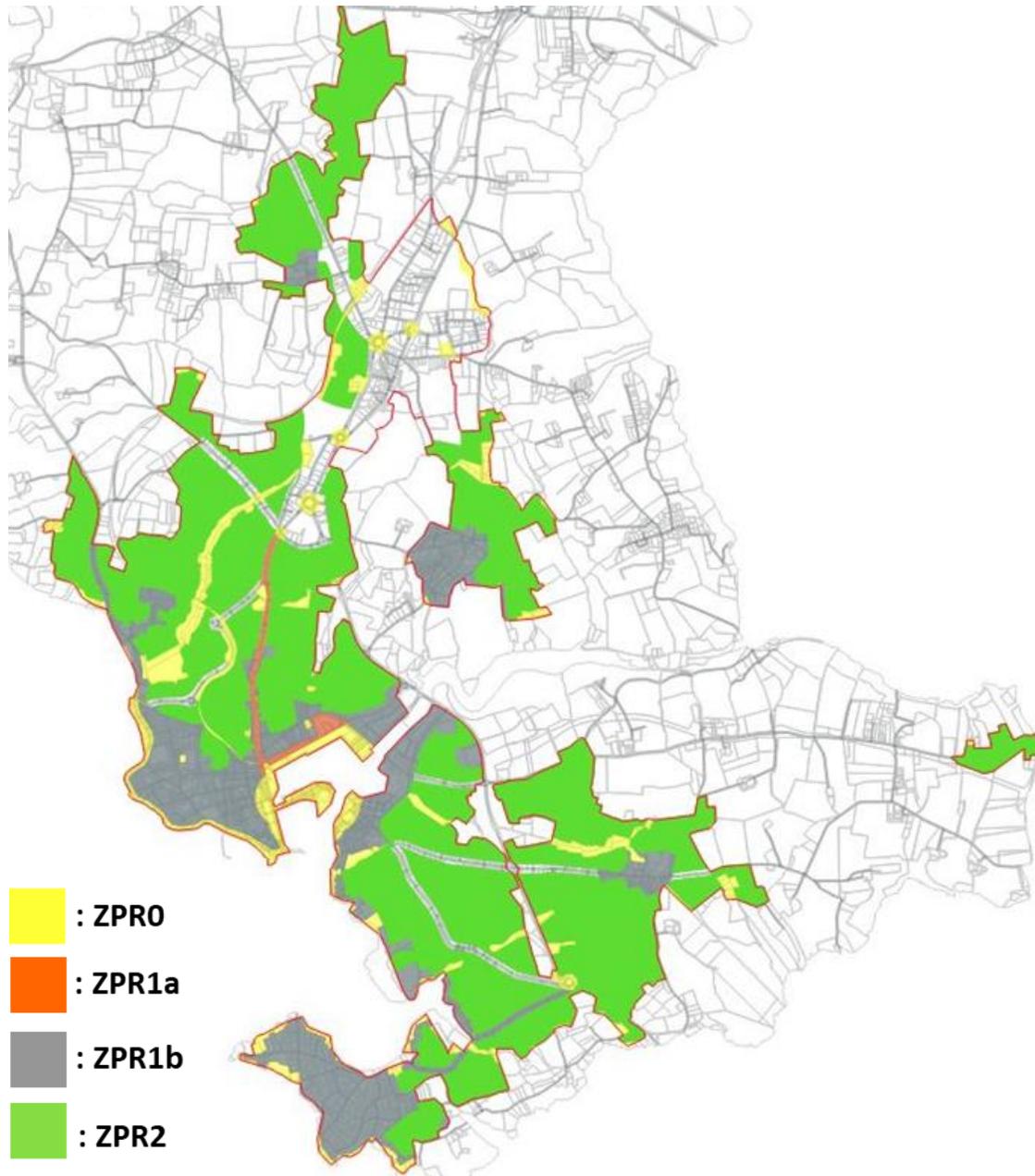
- **Microaffichage publicitaire**, en dehors du Site Patrimonial Remarquable,
- **Publicité sur mobilier urbain**, non numérique, dans la limite d'une surface de 2 m².

La publicité non numérique sur mobilier urbain est admise en ZPR1b, par dérogation à l'article L.581-8 du Code de l'environnement pour ce qui concerne la partie de cette zone située en SPR, ceci pour les raisons suivantes :

- Du fait d'un nombre limité de supports dans cette zone (2 abris voyageurs et 8 planimètres),
- Du fait des surfaces modérées en jeu : 2 m² au maximum,
- Du fait de l'écartement naturel de ces mobiliers entre eux, qui sont répartis sur un territoire assez vaste, d'environ 200 ha, et dont l'implantation est parfaitement maîtrisée par la collectivité,
- Du fait du caractère accessoirement publicitaire des mobiliers concernés : les abris voyageurs étant nécessaires au fonctionnement du réseau de transport urbain, et les planimètres étant dotés d'une face non publicitaire : plan de ville, ou information culturelle, associative,....

Ce zonage et ces dispositions répondent à l'orientation de protection du patrimoine naturel et bâti, des aménagements paysagers et des vues sur la mer.

ZPR2 : cartographie de la zone :



La ZPR2 correspond à des secteurs à protéger assez fortement de la publicité de grand format ; la publicité, d'une manière générale, n'y est par ailleurs que très peu présente à ce jour, dans la mesure où il ne s'agit pas d'emplacements à enjeux majeurs, ou encore que les mesures de protection liées à l'environnement de ces espaces ne permettent pas / ne facilitent pas l'installation de publicité.

La ZPR2 est composée :

- Des secteurs résidentiels,
- Des secteurs situés de part et d'autre des tronçons non agglomérés de la RD 783, exception faite des intersections avec la rue de Kérose et avec la rue de Lanriec, situées en ZPR3.
La RD783 est en effet exclue de l'agglomération entre le rond-point de Keriolet et le rond-point de Kerviniou ; elle longe ponctuellement des zones de bâti rapproché, mais la quasi inexistence d'accès riverains à partir de l'axe ne lui confère pas la qualité d'axe aggloméré. D'autre part, le bâti se situe en recul, et est fréquemment séparé de l'axe par des boisements ou des talus, de sorte qu'il est à peine perceptible à partir de l'axe.
Entre les deux giratoires précités, le tronçon de RD 783 étant exclu de l'agglomération, aucune affiche d'une publicité scellée ou posée au sol ne devra être visible depuis la RD.
Les éventuelles publicités scellées au sol qui se situeraient, en ZPR2 comme en ZPR3, sur l'emprise du pôle commercial de Lanriec devront satisfaire à cette exigence.
- Des zones du Rhun et de Keriolet,
Espaces commerciaux à protéger du fait de leur configuration, et de la proximité du site inscrit de Keriolet, visible depuis ces zones. Aucune publicité n'y est présente à ce jour.
- De la RD 783, depuis l'entrée d'agglomération depuis Trégunc, jusqu'au rond-point de Kerviniou,
Il s'agit d'une entrée de ville, à partir de Trégunc, donnant accès à la pointe du Cabellou, dont la morphologie n'est pas adaptée à recevoir de la publicité, notamment sur la partie plus au sud (axe boisé, propriétés plutôt anciennes et typiques, dotées de haies ou de rangées d'arbres).
- De l'agglomération de Croissant Bouillet.
Agglomération comptant moins de 10 000 habitants, et de caractère très rural. Seule la publicité murale, et non lumineuse y est admise.

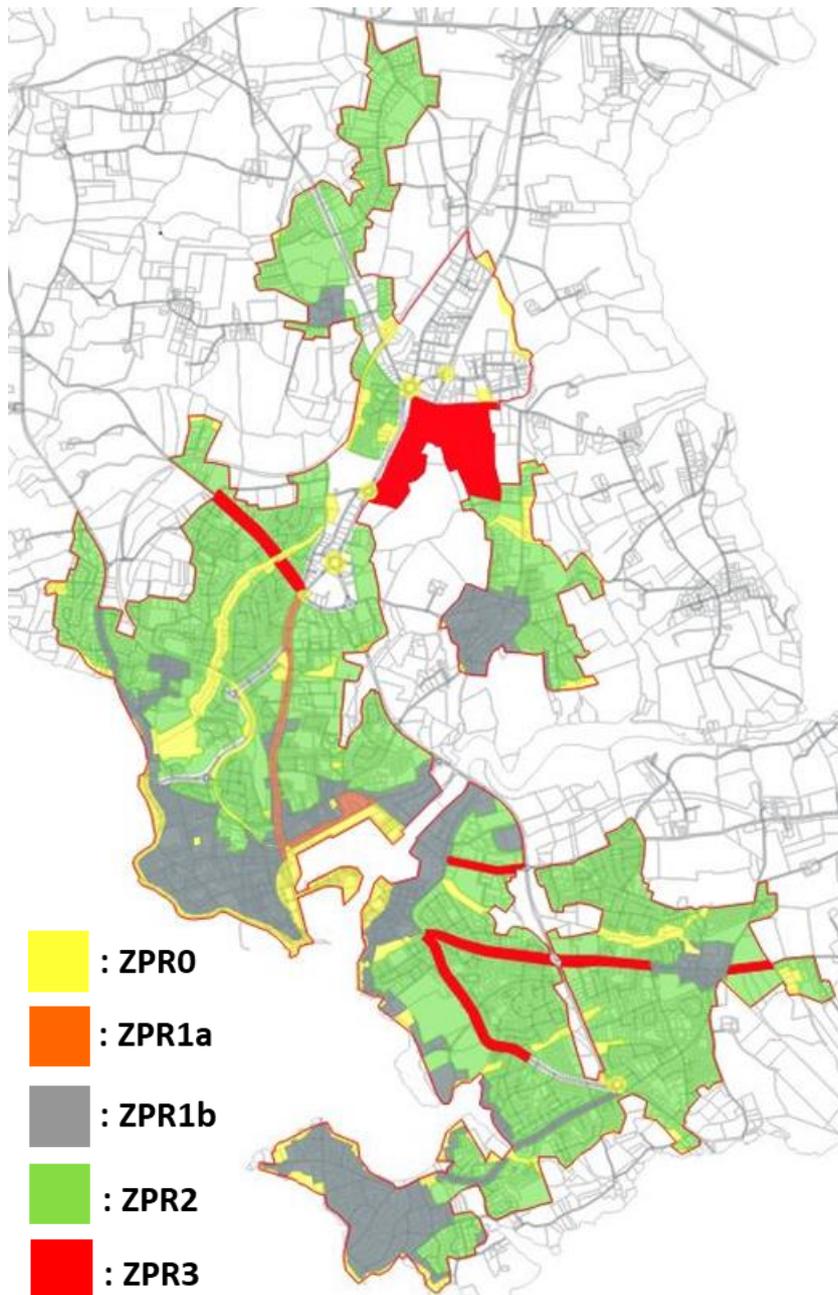
En ZPR2, la publicité est possible sous les formes suivantes :

- **Microaffichage publicitaire,**
- **Publicité sur mobilier urbain,** non numérique, dans la limite d'une surface de 2 m²,
- **Publicité non numérique, murale ou scellée au sol,** limitée en surface à 2 m², et limitée en densité : au-delà d'un certain seuil, une publicité au maximum par unité foncière bâtie, avec une possibilité supplémentaire sur l'emprise des centres commerciaux aux croisement avec la rue de Lanriec. D'autres critères, tels que des reculs par rapport aux arêtes des murs et au domaine public, ou des normes relatives aux supports ou à leur installation, sont également prescrits.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations de :

- Protection du patrimoine naturel et bâti, des aménagements paysagers et des vues sur la mer,
- Amélioration de l'impact visuel des différents supports publicitaires.

ZPR3 : cartographie de la zone :



La **ZPR3** correspond à des secteurs à protéger de la publicité de grand format ; en effet, celle qui y est présente aujourd'hui est le plus souvent d'une surface importante (12 m²), et impacte particulièrement l'environnement, du fait d'un bâti rapproché de la voie et/ou d'axes peu larges, de présence disproportionnée en regard de la dimension des murs pignon, ou encore d'environnement / de perspectives naturelles à préserver.

La ZPR3 est composée de :

- De la route de Kerguérès, jusqu'au croisement avec la route du pont de Lanadan, et exception faite de la traversée les vallées du Zins et de Kerauret,



Rte de Kerguérès, publicité de grand format, jouxtant les vallées du Zins et de Kerauret

- De la rue de Kérose, depuis la rue de Trégunc, jusqu'au croisement avec la RD 783, en limite d'agglomération,



Rue de Kérose et publicité de grand format.

- De la rue de Lanriec et de la rue Pierre Carduner, exception faite de l'emprise de la RD 783, située hors agglomération, et du secteur SPR défini au bourg de Lanriec,
- De la rue de Trégunc, depuis le rond-point du Rouz, jusqu'au croisement avec la rue Jean Jaurès.

Cette partie « haute » de la rue de Trégunc, en liaison avec le SPR au nord, est en effet dotée d'un bâti plus resserré que la partie située plus au sud, laquelle est pourvue de parcelles plus larges, et d'emprises foncières permettant l'installation de publicités scellées au sol.

- Du secteur « Poteau Vert », délimité par le chemin de Pellan, les limites de la ZPR4 et de la ZPR0 rue de la Villeneuve, jusqu'au rond-point de la Villeneuve, les limites de l'agglomération, et la limite du secteur d'activité situé rue Neuve.

Ce secteur est constitué d'alignements de bâti, souvent en limite de domaine public (rue du Poteau Vert - rue de Colguen), et également d'une petite zone d'activité, à vocation artisanale, située le long de la rue Neuve, dans laquelle la publicité n'est pas présente à ce jour.



Rue de Colguen : impact de la publicité de grand format sur les murs pignons.

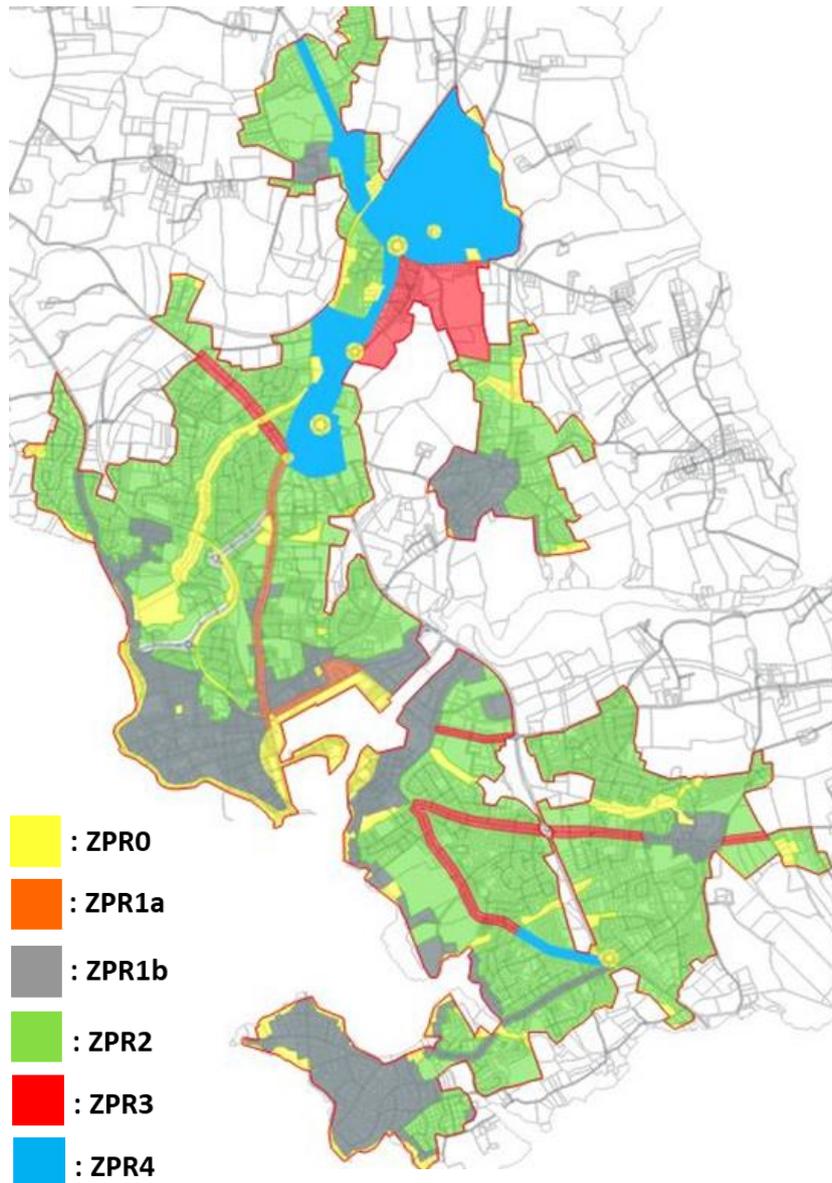
En ZPR3, la publicité est possible sous les formes suivantes :

- **Microaffichage publicitaire,**
- **Publicité sur mobilier urbain,** non numérique, dans la limite d'une surface de 2 m²,
- **Publicité non numérique, murale ou scellée au sol,** limitée en surface à 4 m², et limitée en densité : au-delà d'un certain seuil, une publicité au maximum par unité foncière bâtie, avec une possibilité supplémentaire sur l'emprise des centres commerciaux aux croisement avec la rue de Lanriec. D'autres critères, tels que des reculs par rapport aux arêtes des murs et au domaine public, ou des normes relatives aux supports ou à leur installation, sont également prescrits.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations de :

- **Protection du patrimoine naturel et bâti, des aménagements paysagers et des vues sur la mer,**
- **Amélioration de l'impact visuel des différents supports publicitaires.**

ZPR4 : cartographie de la zone :



La ZPR4 correspond aux secteurs où la publicité de plus grand format s'intègre le mieux, dans la mesure où l'enjeu de protection des paysages est moindre, et l'impact visuel des publicités moins important, compte tenu de la largeur des espaces : dimensions des unités foncières, recul des bâtiments, qui sont, pour une grande partie d'entre eux, des bâtiments d'activités.

La ZPR4 est constituée :

- Du secteur « Kersalé - Keramporiel - Colguen », s'appuyant sur les limites d'agglomération, et sur le chemin de Pellan, la rue des Grillons, et la voie verte, respectivement au sud et à l'ouest,
- De la rue de Penanguer, s'appuyant sur le fond des parcelles pour la partie sud de l'axe,
- De la rue de la Villeneuve,

- Du secteur « Maison Blanche », depuis la rue de la Villeneuve jusqu'à la rue de Kerioret, délimité à l'ouest par la rue du Zins, et à l'est par la rue du Poteau Vert et par la RD 783,
- De la rue de Trégunc, depuis le croisement avec la rue Jean Jaurès, jusqu'au rond-point de Kerviniou.

En ZPR4, la publicité est possible sous les formes suivantes :

- **Microaffichage publicitaire,**
- **Publicité sur mobilier urbain,** non numérique, dans la limite d'une surface de 2 m²,
- **Publicité non numérique, murale ou scellée au sol,** limitée en surface à 8 m², et limitée en densité par rapport à la règle du Code de l'environnement : au-delà du seuil défini, une seule publicité est possible pour la première tranche ouverte de 80 m de linéaire de façade de l'unité foncière bâtie, et des reculs sont imposés entre deux publicités situées sur la même unité foncière. D'autres critères, tels que des reculs par rapport aux arêtes des murs et au domaine public, ou des normes relatives aux supports ou à leur installation, sont également prescrits.
- **Publicité numérique,** limitée en surface à 2 m², avec des reculs visant à en atténuer grandement les effets, compte tenu de son impact fort pour l'environnement, de par sa luminosité, et les effets de « flashes » produits par la dynamique des images ; les reculs sont de :
 - ✓ 50 m par rapport aux giratoires,
 - ✓ 15 m par rapport à la limite du domaine public, dans la profondeur de la parcelle ; l'objectif de cette mesure étant de déporter / d'orienter la publicité numérique plutôt vers l'intérieur des unités foncières, la destinant à être visible, le cas échéant, plutôt des piétons que des automobilistes : les axes Concarnois étant très peu propices à recevoir des publicités numériques,
 - ✓ 30 m par rapport à toute baie d'habitation à partir de laquelle l'affichage est visible.

Cette publicité n'est pas encore présente à Concarneau à ce jour. Il a été souhaité, dans le cadre de la révision de ce RLP, d'en prévoir les modalités d'installation, afin de se préparer à d'éventuelles demandes, dans les années qui viennent.

Il convient de préciser que ce type de publicité est soumis à autorisation préalable ; toutefois, la mise en place d'un zonage et de prescriptions dans le RLP traduisent la réflexion préalable, engagée pour l'étude de cette nouvelle réglementation, sur la place de la publicité dans la ville, d'un point de vue général.

A noter que la conformité aux règles nationales et locales ne fait pas obstacle à un refus d'installation d'une publicité numérique, lorsque cette installation affecte particulièrement l'environnement.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations de :

- **Protection du patrimoine naturel et bâti, des aménagements paysagers et des vues sur la mer,**
- **Amélioration de l'impact visuel des différents supports publicitaires,**
- **Définition des conditions d'installation des supports numériques,**
- **Limitation de l'impact environnemental des supports lumineux.**

Règles relatives aux éclairages :

Des règles plus restrictives que celles du Code de l'environnement sont adoptées : extinction de 22h à 7h, y compris sur le mobilier urbain, de manière à restreindre l'impact des éclairages, dans la cohérence des modes de vie locaux.

Cette disposition répond aux orientations de :

- Définition des conditions d'installation des supports numériques,
- Limitation de l'impact environnemental des supports lumineux.

Tableau récapitulatif des principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes :

	ZPR0	ZPR1a	ZPR1b	ZPR2	ZPR3	ZPR4
MU : abris voyageurs	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
MU : sucettes	Non	Non	Oui 2 m ² maxi	Oui 2 m ² maxi	Oui 2 m ² maxi	Oui 2 m ² maxi
Microaffichage	Non	Oui, sauf en SPR	Oui, sauf en SPR	Oui	Oui	Oui
Publicité sur propriété privée, murale ou scellée au sol	Non	Non	Non	Oui 2 m ² maxi Seuil : 20 m Densité : 1 / UF bâtie	Oui 4 m ² maxi Seuil : 20 m Densité : 1 / UF bâtie	Oui 8 m ² maxi Seuil : fonction de l'axe Densité : ✓ Pas de publicité en-dessous du seuil défini, ✓ Murale : 1 / mur et par tranche de 80 m d'UF bâtie ✓ Scellée : 1 / tranche de 80 m d'UF bâtie ; interdistance de 70 m entre 2 supports sur l'UF
Publicité numérique sur propriété privée (interdite sur le DP)	Non	Non	Non	Non	Non	Oui 2 m ² maxi, Seuil : 45 m Densité : 1 maxi / UF bâtie Recul de 50 m / giratoires Recul de 15 m / alignement Recul de 30 m / baies d'habitation

SPR : Site Patrimonial Remarquable

UF : Unité Foncière

Justification du zonage et des règles relatives aux enseignes

Les règles édictées pour les enseignes ne sont pas en relation avec le zonage de la publicité, mais dépendent de l'appartenance, ou non, au Site Patrimonial Remarquable (SPR), avec, à l'intérieur de ce dernier, des nuances entre :

- D'une part, la Ville Close et les axes de moins de 6 mètres de large, traités de la même manière que la Ville Close, afin de respecter les effets d'échelles ; à noter que ces axes peu larges se situent, pour l'essentiel, à la pointe de la Corniche (rue Tourville, rue Duquesne, rue Duguay-Trouin,..).
- D'autre part, le reste du SPR, qui bénéficie de règles un peu assouplies sur certains critères : hauteur des enseignes, caractéristiques de l'enseigne perpendiculaire ou sur baie,...

Certaines particularités concernent parfois les bâtiments de grandes dimensions présents en SPR, ce qui est le cas notamment de bâtiments portuaires.

En Site Patrimonial Remarquable, une grande qualité est requise pour la conception et l'installation des enseignes. Les règles édictées, établies conjointement avec l'Architecte des Bâtiments de France, lequel doit donner son accord préalablement à l'installation dans ce périmètre, définissent dans un premier temps un cadre général (des principes directeurs) à la localisation des enseignes sur les façades, qui prennent en compte certaines spécificités, telles que :

- Une activité qui peut s'exercer, en supplément, ou exclusivement à l'étage,
- Des façades donnant sur les quais.

Un choix est possible sur deux types d'enseignes « parallèles » à installer, parmi trois types proposés, ce choix devant être guidé par l'architecture de la façade.

Des règles d'implantation, de densité, et de surface / dimensions, sont ensuite définies pour chaque type d'enseigne (à plat, sur store, sur baie, perpendiculaire, sur piédroit). La hauteur ou la surface d'une enseigne est parfois définie en tant de hauteur relative ou surface relative par rapport au bâtiment ou à la hauteur / surface d'installation, ce qui permet d'obtenir une proportionnalité, en cohérence avec les nouvelles dispositions issues de la loi Grenelle II.

Les porte-menus, chevalets et paravents font l'objet de quelques règles. Ces supports, lorsqu'ils sont implantés sur le domaine public, sont assimilables à des enseignes dans la mesure où :

- Ils se situent au droit de l'activité commerciale qu'ils signalent, et,
- Ils ont fait l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public.

Les enseignes scellées ou posées au sol, et celles installées sur clôture font l'objet de règles spécifiques.

Des enseignes sont interdites en SPR, notamment les enseignes en toiture, les banderoles à vocation commerciale, et les enseignes numériques.

Les enseignes numériques ne sont installées à ce jour qu'à l'intérieur des locaux commerciaux, en arrière-plan, donc échappent à la réglementation nationale ou locale de publicité.

Hors du Site Patrimonial Remarquable, les règles édictées concernent les enseignes ayant le plus d'impact sur l'environnement : enseignes scellées ou posées au sol de toute surface, enseignes en toiture, sur clôture, banderoles et enseignes numériques.

Les enseignes scellées ou posées au sol font l'objet de règles spécifiques, en relation et en cohérence avec les règles imposées pour les publicités : réduction de la surface de l'enseigne par rapport à la norme du Code de l'environnement, imposition d'une forme « totem » ou rectangulaire allongée, afin de bien marquer le positionnement commercial, en maîtrisant l'impact visuel de ce type d'enseignes.

Les enseignes en toiture sont limitées en hauteur, en relation avec la hauteur du bâtiment sur lequel elles sont installées, dans un souci de proportionnalité.

Des règles s'appliquent sur l'usage des clôtures. A l'instar de la publicité, les enseignes sont interdites sur clôtures non aveugles, et celles installées sur les clôtures aveugles ou murs de clôtures sont limitées en densité et en surface.

L'usage des banderoles, supports particulièrement impactant visuellement, est également réglementé : la banderole ne peut être installée que par le biais d'une structure dédiée ; elle est interdite sur clôture, et hors agglomération.

En cohérence avec les règles adoptées pour les publicités numériques, les enseignes numériques sont strictement cadrées par le RLP : elles ne peuvent s'installer qu'en agglomération, sur les bâtiments commerciaux de grandes dimensions ; leur surface maximale est de 2 m² ; elles sont limitées en densité, et des reculs sont imposés par rapport à l'alignement, et aux baies des habitations.

Des règles sont définies concernant les enseignes lumineuses, qui visent à la fois à :

- ✓ Limiter les consommations d'énergie : interdiction de l'éclairage diurne, définition de plages d'éclairage plus restreintes que les plages envisagées par le Code de l'environnement, et adaptées au mode de vie local,
- ✓ Limiter les impacts sur l'environnement, en respectant la trame noire par une extinction des enseignes sur une période plus large hors agglomération, ou en interdisant des éclairages agressifs, tels que les néons, les LED ou ampoules à nu, les lambrequins éclairés, les éclairages multicolores,
- ✓ Mettre en valeur les enseignes et les façades, par l'imposition de critères d'intégration des éclairages : pas de LED visible par réflexion sur le fond, éclairage limité aux inscriptions,...

En définitive, l'ensemble des dispositions prises relativement aux enseignes répond aux orientations de :

- Protection du patrimoine naturel et bâti,
- Amélioration de l'impact visuel des différents supports publicitaires,
- Définition des conditions d'installation des supports numériques,
- Limitation de l'impact environnemental des supports lumineux.

Applicabilité des nouvelles dispositions

Les publicités, préenseignes ou enseignes installées après l'approbation du règlement local de publicité doivent être conformes à ses dispositions.

Les publicités, préenseignes ou enseignes installées avant l'approbation du règlement local de publicité disposent d'un délai pour se mettre en conformité avec cette nouvelle réglementation ; ce délai est de :

- 2 ans pour les publicités et les préenseignes,
- 6 ans pour les enseignes.

Ce délai ne s'applique que si les supports sont conformes aux dispositions en vigueur lors de l'approbation du règlement local de publicité, c'est-à-dire au Code de l'environnement. Si ce n'est pas le cas, la mise en conformité par rapport aux nouvelles dispositions du règlement local de publicité est requise sans délai.

Toutefois, les publicités, les préenseignes et les enseignes conformes aux règles combinées du RLP de 1994 et du Code de l'environnement au 13/01/2021 disposent d'un délai de deux ans pour se mettre en conformité avec la nouvelle réglementation applicable (nouveau RLP et Code de l'environnement).

Sanctions encourues

Toute infraction au Code de l'environnement et au présent règlement local de publicité est sanctionnée suivant les dispositions prévues par les articles L.581-26 à L.581-42 et R.581-82 à R.581-87 du Code de l'environnement.

Notamment, la procédure administrative prévoit, dès la constatation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne irrégulière au regard des dispositions du Code de l'environnement et du règlement local de publicité, que le Maire prenne un arrêté ordonnant, dans les cinq jours, soit la suppression, soit la mise en conformité des publicités, enseignes ou préenseignes en cause, ainsi que, le cas échéant, la remise en état des lieux.

A l'expiration du délai de cinq jours, si la situation n'est pas entrée en conformité, la personne à qui a été notifié l'arrêté de mise en demeure est redevable d'une astreinte, dont le montant est réévalué chaque année.

Pour information, ce montant est de 212.82 € par jour et par dispositif en infraction depuis le 22 février 2020.

Le Maire peut également procéder à des travaux de remise en conformité d'office, aux frais du contrevenant.

Des sanctions pénales peuvent également être mises en œuvre. Le montant des amendes dépend de l'infraction commise.

Par exemple, l'amende s'élève à 7 500 € par dispositif, lorsque celui-ci a été installé sans avoir obtenu les autorisations préalables requises, ou sans avoir procédé à la déclaration préalable prévue. Cette même amende peut s'appliquer si le dispositif ne respecte pas les dispositions particulières prévues par le règlement local de publicité, ou encore s'il est maintenu au-delà du délai prévu par l'arrêté de mise en demeure évoqué ci-dessus.