

# PORTER À CONNAISSANCE DE L'ÉTAT

Révision du règlement local de publicité  
de **CONCARNEAU**

Septembre  
2019



*Liberté • Égalité • Fraternité*  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DU  
FINISTÈRE

<b>Le cadre législatif du porter à connaissance.....</b>	<b>3</b>
<b>L'autorité compétente en matière de RLP.....</b>	<b>5</b>
Le contexte local.....	6
<b>Le cadre juridique.....</b>	<b>7</b>
La procédure d'élaboration ou de révision du RLP.....	8
La concertation et l'association.....	9
Le contenu du RLP.....	11
La situation juridique de Concarneau à l'égard de la publicité, des enseignes et des préenseignes.....	14
<b>Les éléments à prendre en compte.....</b>	<b>18</b>
Les éléments concernant la réglementation nationale.....	20
Les règles générales et les délais de mise en conformité.....	25
Les autres réglementations traitant de l'affichage publicitaire.....	26

# Le cadre législatif du porter à connaissance

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) a entièrement refondu la procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité dits de deuxième génération. Ils sont élaborés conformément aux dispositions qui régissent l'élaboration des PLU.

**Articles L. 132-1 à 3 du code de l'urbanisme** ■ L'État veille au respect des principes définis à l'article L. 101-2 et la prise en compte des projets d'intérêt général ainsi que des opérations d'intérêt national.

Le préfet porte à la connaissance des communes ou de leurs groupements compétents les dispositions particulières applicables au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement. Il s'agit de présenter les règles applicables en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes ainsi que celles concernant la procédure d'élaboration du RLPi.

Les porters à connaissance sont tenus à la disposition du public par la commune. En outre, tout ou partie de ces pièces peut être annexé au dossier d'enquête publique.

**Article R. 132-1 du code de l'urbanisme** ■ Pour l'application de l'article L. 132-2, le préfet de département porte à la connaissance de la commune, de l'établissement public de coopération intercommunale ou du syndicat mixte qui a décidé d'élaborer ou de réviser un schéma de cohérence territoriale, un plan local d'urbanisme ou une carte communale :

1° Les dispositions législatives et réglementaires applicables au territoire concerné et notamment les directives territoriales d'aménagement et de développement durables, les dispositions relatives au littoral et aux zones de montagne des chapitres Ier et II du titre II du présent livre, les servitudes d'utilité publique, le schéma régional de cohérence écologique, le plan régional de l'agriculture durable, le plan pluriannuel régional de développement forestier et les dispositions du plan de gestion du ou des biens inscrits au patrimoine mondial ;

2° Les projets des collectivités territoriales et de l'Etat et notamment les projets d'intérêt général et les opérations d'intérêt national ;

3° Les études techniques nécessaires à l'exercice par les collectivités territoriales de leur compétence en matière d'urbanisme dont dispose l'Etat, notamment les études en matière de prévention des risques et de protection de l'environnement.

**Article L. 581-14 du code de l'environnement** ■ « L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L.581-10.

**[...] le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.[...] »**

**Article L. 581-14-1 du code de l'environnement** ■ « Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme [...] »

# L'autorité compétente en matière de Règlement Local de Publicité (RLP)

La loi du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et à un urbanisme renoué (dite loi Alur) a modifié les dispositions relatives aux procédures d'élaboration et d'évolution des documents d'urbanisme (SCoT, PLU, cartes communales). Ces dernières étant, hormis la procédure de modification simplifiée, applicables en matière de RLP selon l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement.

L'article L.581-14 du code précité précise que « [...] la commune si elle est compétente en matière de plan local d'urbanisme peut élaborer [...] sur l'ensemble du territoire [...] de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10. »

En présence d'un règlement local de publicité approuvé, les compétences en matière de police de l'affichage publicitaire sont exercées par le maire, au nom de la commune, sur l'ensemble du territoire communal (article L.581-14-2 du code de l'environnement).

# Le contexte local

Par délibération du 15 novembre 2018, le conseil municipal de la ville de Concarneau a prescrit la révision de son règlement local de publicité sur le territoire communal.

Conformément aux articles L132-2 et R132-1 du code de l'urbanisme, L. 581-14 et L. 581-14-1 du code de l'environnement susmentionnés, le présent document est transmis par l'État afin de porter à la connaissance de la collectivité les informations nécessaires à la révision du RLP.

Ce document a été établi avec le souci de clarifier le plus en amont possible les principales politiques publiques que la collectivité devra veiller à prendre en compte dans le cadre de la révision de son RLP.

En tant que de besoin ces informations seront actualisées ou complétées au cours de la procédure.

Le territoire communal est couvert aujourd'hui par un règlement de publicité créé par arrêté du 10 octobre 1994.

# Le cadre juridique

La préservation de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations, est au cœur de la politique du paysage. La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes s'inscrit dans le prolongement de cet objectif.

La loi du 29 décembre 1979 constitue la première réglementation de l'affichage publicitaire extérieur et des enseignes.

Le code de l'environnement l'a intégrée dans ses articles L. 581-1 à L. 581-45 et R. 581-1 à R. 581-88.

Il définit les règles applicables aux dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique afin d'assurer la protection du cadre de vie tout en maintenant le principe de liberté d'expression.

La loi portant Engagement National pour l'Environnement (loi ENE) du 12 juillet 2010 ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

La loi du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (TPE), dite loi Pinel a inséré un alinéa à l'article L. 581-14 du code de l'environnement qui prévoit que le RLP peut « *aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants* ».

Cette disposition pourrait permettre de compléter l'obligation figurant au 3<sup>ème</sup> alinéa de l'article R. 581-58 du code de l'environnement selon lequel « l'enseigne est supprimée par personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité [...] ». En effet, cette remise en état n'est pas systématiquement effectuée, le commerçant ayant quitté les lieux. Elle pourrait donc désormais incomber au propriétaire du local commercial.

# La procédure d'élaboration ou de révision du RLP

## DÉROULEMENT DE LA PROCÉDURE

Les règles de procédure pour l'élaboration, la modification ou la révision d'un RLP (article L 581-14-1 du code de l'environnement) visent à assurer à chacune des personnes, publiques ou privées, concernées par le projet, le droit d'être informées et de s'exprimer à un titre ou à un autre avant que le document entre en application.

Le schéma ci-après présente les grandes phases de cette procédure :

- La collectivité annonce tout d'abord son intention d'élaborer ou de réviser le document et indique comment elle a l'intention de mener la concertation (délibération du conseil communal, qui fait l'objet de mesures de publicité et de certaines notifications). La délibération doit être affichée pendant un mois en mairie.
- Elle élabore ensuite le document, en associant toutes les personnes y ayant vocation, de sa propre initiative ou à leur demande. La concertation (article L 300-2 du code de l'urbanisme) doit associer, pendant la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées. Dans le domaine de la publicité extérieure, les personnes concernées sont notamment les commerçants, les enseignants et les sociétés d'affichage.
- Lorsque les études sont achevées et le dossier constitué, la collectivité clôt la concertation et en tire le bilan, puis arrête le projet de RLP par une délibération du conseil municipal. Celle-ci est affichée pendant un mois dans la mairie.
- Commence ensuite une phase de recueil d'avis des personnes publiques associées à l'élaboration du RLP qui auront trois mois pour exprimer leur avis.
- L'enquête publique est ensuite organisée selon les formes prévues aux articles L.123-3 et suivants du code de l'environnement. Cette enquête, qui dure au moins un mois, a pour objectif de recueillir les observations de toute personne intéressée.
- A compter de la fin de l'enquête, le commissaire enquêteur dispose ensuite d'un délai d'un mois pour rendre son rapport et ses conclusions, à la suite de quoi la collectivité déterminera les transformations qu'elle souhaite apporter au projet de RLP pour tenir compte des avis des personnes publiques, et des observations recueillies lors de l'enquête publique. Si les modifications opérées à l'issue de l'enquête publiques sont importantes, elles peuvent nécessiter l'arrêt d'un nouveau projet de RLP.
- La collectivité approuve enfin le document définitif par une délibération du conseil municipal (affichée pendant un mois en mairie), qui deviendra applicable (« opposable aux tiers ») après transmission au Préfet du département et accomplissement des mesures réglementaires de publicité.
- Le Préfet dispose alors d'un délai de deux mois à compter de la transmission de la délibération accompagnée du dossier complet pour mettre en œuvre le contrôle de légalité.
- Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU. Outre les formalités de publication prévues par l'article R153-21 du code de l'urbanisme, le RLP est mis à la disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune.



# La concertation et l'association

La concertation préalable est librement organisée par le maire, conformément aux modalités définies dans la délibération de prescription.

Celles-ci devront être scrupuleusement respectées durant toute la procédure.

Elle doit associer les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées (dans le domaine de la publicité extérieure, ce sont notamment les commerçants, les enseignants et les sociétés d'affichage).

Les modalités de concertation doivent, pendant la durée de l'élaboration du projet, permettre au public d'accéder aux informations relatives à celui-ci et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par la commune. La concertation pourra revêtir la forme suivante :

- ✓ mise à disposition du public en mairie d'un dossier dans lequel seront indiqués les objectifs poursuivis et d'un registre où toute personne intéressée pourra formuler ses observations ;
- ✓ mise en ligne, sur le site internet de la commune du dossier et de l'état d'avancement. Le public pourra formuler ses observations ;
- ✓ organisation d'une réunion publique.

A ce terme, l'organe délibérant tire le bilan de la concertation. Celui-ci peut être réalisé à n'importe quel moment entre la fin de la concertation et le début de l'enquête publique.

## LES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIÉES (PPA)

**Les personnes publiques associées de droit** ■ Ces personnes publiques ont un statut particulier dans le déroulement de la procédure :

- Elles reçoivent la notification de la délibération de prescription ;
- Elles peuvent demander à être consultées pendant toute la durée de la procédure ;
- Le projet de RLP arrêté leur est transmis pour avis nonobstant le fait qu'elles ne se soient pas manifestées préalablement ;
- Leur avis sur le projet de RLP est annexé au dossier soumis à enquête.

Conformément aux articles L132-7 et L132-9 du code de l'urbanisme, les personnes publiques associées au projet de RLP sont :

- l'État,
- le président du conseil régional,
- le président du conseil départemental,
- le représentant de l'autorité compétente en matière d'organisation de transports urbains,
- les représentants des chambres consulaires (métiers, commerce et industrie, agriculture),
- les représentants des organismes de gestion des parcs naturels régionaux et des parcs nationaux,
- le président de l'EPCI chargé du suivi du Schéma de Cohérence Territoriale (ScoT),
- le président de l'établissement public chargé d'un SCoT dont la commune, lorsqu'elle n'est pas couverte par un tel schéma, est limitrophe,
- le président de l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat,
- dans les communes littorales au sens de l'article L321-2 du code de l'environnement, les sections régionales de conchyliculture.

## **LES PERSONNES PUBLIQUES CONSULTÉES À LEUR DEMANDE**

Sont consultées à leur demande, au cours de l'élaboration du RLP, les personnes publiques suivantes :

- les associations locales d'usagers agréées dans les conditions définies par les articles R132-6 et R132-7 du code de l'urbanisme ;
- les associations de protection de l'environnement agréées mentionnées à l'article L141-1 du code de l'environnement ;
- les communes limitrophes ;
- les EPCI voisins et compétents en planification ;
- le représentant de l'ensemble des organismes d'habitation à loyer modéré propriétaires ou gestionnaires de logements situés sur le territoire de la collectivité.

## **LES PERSONNES PUBLIQUES CONSULTÉES À L'INITIATIVE DU MAIRE**

S'il le souhaite, le maire peut recueillir l'avis de toute personne, organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture, d'habitat et de déplacements.

La collectivité peut aussi avoir recours aux conseils du CAUE au cours de la procédure.

# Le contenu du RLP

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, la commune élabore sur l'ensemble de son territoire communal un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10 du code de l'environnement.

En agglomération, une ou plusieurs zones sont déterminées pour voir s'appliquer une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité. Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R 581-72 du code de l'environnement).

## LE RAPPORT DE PRÉSENTATION

Le contenu est libre, mais l'article R. 581-73 du code de l'environnement impose :

- ✓ qu'il s'appuie sur un diagnostic ;
- ✓ qu'il définisse des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure ;
- ✓ qu'il explique les choix retenus en matière de règles locales et de zonage, au regard des orientations et objectifs définis.

**Le diagnostic** ■ Le diagnostic est l'occasion de procéder à un recensement des dispositifs publicitaires en infraction avec le règlement national de publicité et d'identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu de dispositions législatives (art. L.581-4 et L. 581-8 du code de l'environnement). Il doit permettre également d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, etc..).

Ce diagnostic peut comporter :

- ✓ une analyse précise du droit applicable sur le territoire

communal, en distinguant les divers dispositifs concernés (publicités, préenseignes et enseignes) et les différents secteurs géographiques d'application des règles nationales (agglomération(s), interdictions légales, etc.) ;

- ✓ une analyse du parc des différents dispositifs existants au regard des règles qui leur sont opposables ;
- ✓ la sensibilité environnementale et paysagère du cadre de vie peut être soulignée pour déterminer les secteurs d'enjeux réglementaires.

Le diagnostic peut également :

- ✓ recenser les enjeux architecturaux et paysagers ;
- ✓ identifier les spécificités des différents secteurs du territoire, notamment ceux concernés par les enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire nécessitant une réflexion sur l'avenir envisagé ;
- ✓ identifier les critères de pollution visuelle ;
- ✓ proposer des pistes d'actions pour traiter des thématiques clés.

**Les orientations et les objectifs** ■ Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement identifiés, la commune va définir les orientations et objectifs du RLP en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement.

**Le conseil municipal de Concarneau dans sa séance du 15 novembre 2018 a défini les objectifs suivants pour la révision du RLP :**

- ✓ garantir un environnement et un cadre de vie de qualité aux habitants de Concarneau, aux visiteurs et aux personnes qui y séjournent ;
- ✓ conforter l'attractivité de la Ville en permettant aux acteurs économiques de mettre en valeur leurs activités et en garantissant la qualité du paysage en tant que station de tourisme et ville d'art et d'histoire ;
- ✓ lutter contre la pollution visuelle, en encadrant la publicité, les enseignes et les préenseignes dans les zones commerciales et les entrées de ville, et notamment le long des axes structurants comme la RD 783 ;
- ✓ prendre en considération l'évolution de la réglementation nationale, ainsi que l'évolution technologique des nouveaux types de supports ;
- ✓ prévoir des dispositions spécifiques selon les secteurs géographiques (ZPPAUP/AVAP, secteurs ruraux...) ;
- ✓ intégrer les exigences environnementales du Grenelle 2 sur le territoire en matière de Développement Durable en adoptant des règles d'extinction nocturne des publicités, enseignes lumineuses et préenseignes, des prescriptions en matière de consommation d'énergie et

**en veillant à préserver la continuité des trames noires propices à l'épanouissement de la biodiversité nocturne.**

## LA PARTIE RÉGLEMENTAIRE

Quelles que soient les dispositions du RLP, celles-ci doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les opérateurs économiques et la protection du cadre de vie. Afin d'assurer la lisibilité du règlement, il est inutile que le RLP reprenne textuellement les dispositions qui figurent dans le règlement national de publicité (RNP) et qui continuent de s'appliquer. On dit alors que le RNP vaut RLP.

**Les dispositions** ■ Elles peuvent être générales ou spécifiques à certaines zones (adaptées en fonction des espaces concernés, de la situation en ou hors agglomération).

Le RLP peut prévoir des dispositions plus restrictives que le RNP dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération.

Il conviendra d'édicter des règles simples, dont la mise en œuvre doit être facile. Par exemple, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. : 5 m<sup>2</sup>). Les formats de 12 m<sup>2</sup>, 8 m<sup>2</sup> ou 4 m<sup>2</sup> sont des formats d'affichage publicitaire courants.

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L 581-18 du code de l'environnement). Le fait que certains dispositifs relèvent d'un régime d'autorisation administrative préalable (publicités lumineuses, bâches publicitaires, dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles, enseignes) ne fait pas obstacle à l'édiction par le règlement local de prescriptions plus restrictives que la réglementation nationale qui concernent ces dispositifs. Ainsi, l'installation d'une enseigne peut par exemple donner lieu à des prescriptions esthétiques dont les principes doivent être traités par le RLP.

12

Il conviendra également de préciser que les restrictions locales apportées aux règles nationales concernant les publicités, les préenseignes et, éventuellement, les enseignes doivent trouver leur fondement dans des considérations de protection de l'environnement et du cadre de vie conformément au rapport de présentation qui doit désormais énoncer les raisons pour lesquelles les restrictions locales sont adoptées.

**Les périmètres** ■ En principe, la publicité est interdite hors agglomération. Cependant un RLP peut lever cette interdiction par l'institution d'un zonage spécifique appelé « périmètre ». Celui-ci ne peut être institué qu'à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

**Les préenseignes dérogatoires** ■ Si la collectivité gestionnaire de la voirie a fixé des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, après consultation des autres collectivités concernées, celles-ci sont intégrées au RLP (dans l'esprit de la signalisation d'information locale application de formats, hauteurs ou codes couleurs).

**Le règlement ne peut instituer des mesures ayant pour effet d'interdire, de manière générale et absolue, la publicité.**

**Le RLP doit veiller à ne pas instituer de discriminations entre les sociétés d'affichage.**

**Il ne peut soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux que la loi énumère (art. L.581-9 et L.581-18 du code de l'environnement).**

**Il ne peut prévoir de procédures spécifiques d'instruction différentes de celles figurant dans la code de l'environnement.**

## LES ANNEXES

**Le contenu** ■ Les annexes du RLP sont constituées du ou des documents graphiques ainsi que de l'arrêté municipal et du plan fixant les limites de la commune.

Le maire s'assure, au travers de la réflexion sur le RLP, de la correspondance entre la réalité physique de l'agglomération et sa réalité « formelle » et, dans l'hypothèse contraire, aligner la seconde sur la première.

**Les documents graphiques** ■ Comme en matière de document d'urbanisme, les documents graphiques ont pour objet de localiser les zones et, le cas échéant, les périmètres dans lesquels des dispositions particulières ont été instituées (art. R.581-78, al 1<sup>er</sup> du code de l'environnement).

Si les prescriptions du RLP sont générales et qu'il ne comporte par conséquent ni zone, ni périmètre, les documents graphiques propres au RLP ne sont pas nécessaires.

Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec l'arrêté municipal fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Plusieurs autres actes administratifs concernant directement le droit de l'affichage peuvent également être annexés au règlement local de publicité notamment :

- les arrêtés du maire interdisant, en application du paragraphe II de l'article L.581-4 du code de l'environnement, la publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque ;
- les arrêtés du maire déterminant, en application du 2<sup>e</sup> alinéa de l'article L. 581 -13 du code de l'environnement, les emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

# La situation juridique de Concarneau à l'égard de la publicité, des enseignes et des préenseignes

## LA POPULATION

Selon l'INSEE, la commune de Concarneau compte une population municipale permanente de 19 046 habitants (population légale 2016).

Les dispositions relatives aux agglomérations de plus de 10 000 habitants s'appliquent.

Cependant, les notions géographique et démographique de l'agglomération ne se recoupent pas nécessairement. S'il existe des espaces non bâtis, la notion géographique de l'agglomération prime : ces espaces sont situés hors agglomération et la publicité y est donc interdite.

De plus, lorsque la population de la commune est supérieure à 10 000 habitants, mais que des agglomérations qui la composent compte chacune moins de 10 000 habitants, les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles du code de l'environnement pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

## LA NOTION D'AGGLOMÉRATION

L'article L.581-7 du code de l'environnement précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du code de la route : « l'agglomération se définit comme l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse » (art. R.110-2 du code de la route).

Cependant le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Société Publi-système, req. N°68134).

Pour identifier une zone agglomérée, le tissu urbain doit présenter une certaine densité. A contrario, un espace où les bâtiments sont éloignés les uns des autres n'est pas une agglomération.

## LES PROTECTIONS PATRIMONIALES ET NATURELLES

En dehors des interdictions générales de la publicité prévus à l'article L.581-4 du code de l'environnement :

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

L'article L.581-8 du code de l'environnement précise que la publicité est interdite dans les agglomérations :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du Patrimoine ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits au titre des monuments historiques ou mentionnés au II de l'article L.581-4 ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1.

Le RLP ne peut pas déroger à l'interdiction absolue de publicité édictée à l'article L.581-4 du code de l'environnement.

Il peut, par contre, être dérogé aux interdictions, mentionnées à l'article L.581-8 du code de l'environnement.

## LES SITES ET MONUMENTS HISTORIQUES ET NATURELS

Le territoire de Concarneau est grevé par les servitudes d'utilité publique de protection des monuments historiques (AC1) et de protection des sites et des monuments naturels (AC2) ainsi qu'une zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (AC4).

### Monuments historiques classés (AC1)

- Remparts de la Ville Close
- Fort de Caballou
- Dolmen (Keristin-ar-Hoat-Milieu)

### Monuments historiques inscrits (AC1)

- Ancienne caserne Hervo y compris la chapelle Notre-Dame-du-Rosaire
- Eglise Notre-Dame-de-Lorette y compris le placître avec son calvaire
- la Poudrière et son enceinte
- Immeubles (5-7, rue Tourville)
- Château de Keriolet

### Sites classés (AC2)

- Rive de l'anse Saint-Laurent à Beuzec-Conq

### Sites inscrits (AC2)

- Domaine de Keriolet (parties boisées)
- Pointe de Cabellou

### Site Patrimonial Remarquable (AC4)

Selon le nouveau périmètre de l'AVAP dont l'étude est en cours. 15

## LE RÉSEAU NATURA 2000

**Dispositions générales** ■ Le réseau Natura 2000 est destiné à assurer un tissu cohérent d'espaces protégés, visant à assurer le maintien de la biodiversité des habitats naturels et des espèces sauvages sur le territoire européen. Il couvre ainsi un ensemble de sites naturels, terrestres et marins, identifiés pour la rareté ou la fragilité des espèces sauvages, animales ou végétales et de leurs habitats. Présent dans toute l'Europe, il concilie préservation de la nature et préoccupations socio-économiques. Sa constitution repose sur deux directives européennes :

- la directive 74/409/CEE du 2 avril 1979, dite « oiseaux », vise la conservation à long terme de toutes les espèces d'oiseaux de l'Union Européenne, en identifiant 181 espèces menacées qui nécessitent une attention particulière ;
- la directive 92/43/CEE du 21 mai 1992, dite « habitats, faune, flore », établit un cadre pour les actions communautaires de conservation de certaines espèces de faune (autre que les oiseaux) et de flore sauvages ainsi que d'habitats naturels présentant certaines caractéristiques. Cette directive répertorie 231 types d'habitats naturels et 900 espèces animales et végétales dits d'intérêt communautaire.

### Les zones de protection spéciale (ZPS) - directive "oiseaux"

En application de la directive européenne concernant la conservation des oiseaux sauvages de 1979 (directive 'Oiseaux'), les zones de protection spéciales (ZPS) ont pour objectif de protéger les habitats naturels permettant d'assurer la survie des oiseaux sauvages, rares ou menacés, ainsi que les aires de reproduction, de mue, d'hivernage et les relais de migration pour l'ensemble des espèces migratrices. Sur ces zones doivent être évitées la pollution, la détérioration d'habitats, les perturbations touchant les oiseaux.

Préalablement à la désignation des ZPS, l'inventaire des zones importantes pour la conservation des oiseaux (ZICO) réunit l'ensemble des sites dont les critères ornithologiques justifient une attention particulière au regard de l'application de la directive qui vise à préserver, maintenir ou rétablir une diversité" et une superficie d'habitats pour toutes les espèces d'oiseaux vi-

vant naturellement à l'état sauvage sur le territoire de la communauté européenne. Les zones spéciales de conservation (ZSC) - directive "habitats"

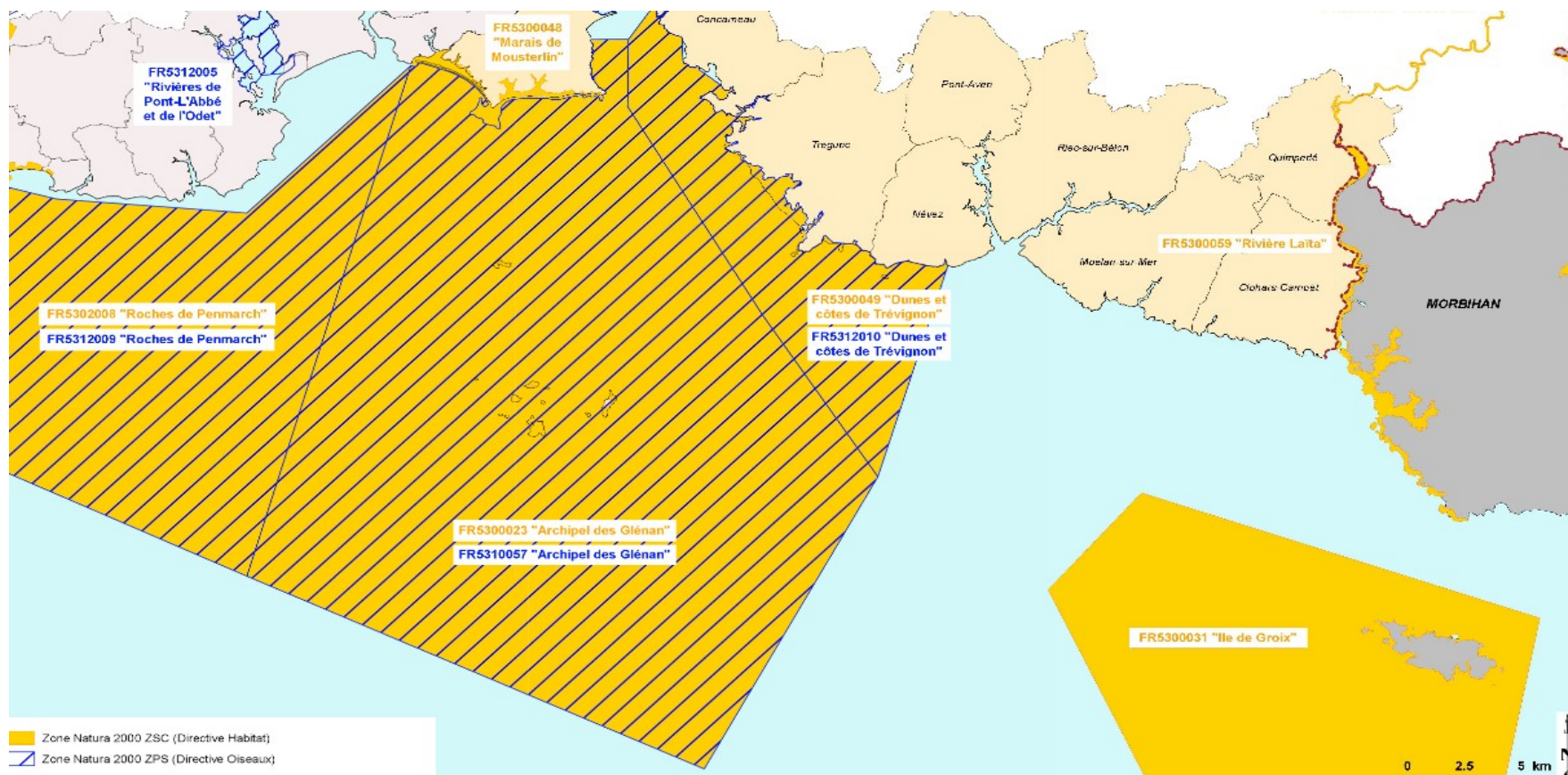
La directive européenne "Habitats, faune, flore" de 1992 vise à préserver la biodiversité par la conservation des habitats, ainsi que la faune et la flore sauvage sur le territoire de la communauté européenne, en tenant compte des exigences économiques, sociales et culturelles, ainsi que des particularités régionales et locales. Les espaces ainsi concernés sont regroupés en zones spéciales de conservation (ZSC).

Pour la mise en œuvre de la Directive "Habitats", les États membres proposent, après avoir consulté les collectivités locales concernées, l'inscription de sites naturels parmi la liste des Sites d'Importance Communautaire (SIC) arrêtée par la Commission européenne. Dès leur inscription sur cette liste, les États membres peuvent les désigner comme ZSC.

**Application locale** ■ le territoire de Concarneau est concerné par les ZPS/ZSC

- des Dunes et Côtes de Trévignon (FR5300049 et FR5312010)





# Les éléments à prendre en compte

## Articles L101-1 et L101-2 du Code de l'urbanisme ■

Article L101-1 :

Le territoire français est le patrimoine commun de la nation. Les collectivités publiques en sont les gestionnaires et les garantes dans le cadre de leurs compétences.

En vue de la réalisation des objectifs définis à l'article L101-2, elles harmonisent leurs prévisions et leurs décisions d'utilisation de l'espace dans le respect réciproque de leur autonomie.

Article L101-2 :

Dans le respect des objectifs du développement durable, l'action des collectivités publiques en matière d'urbanisme vise à atteindre les objectifs suivants :

1° L'équilibre entre :

- a) Les populations résidant dans les zones urbaines et rurales ;
- b) Le renouvellement urbain, le développement urbain maîtrisé, la restructuration des espaces urbanisés, la revitalisation des centres urbains et ruraux, la lutte contre l'étalement urbain ;
- c) Une utilisation économe des espaces naturels, la préservation des espaces affectés aux activités agricoles et forestières et la protection des sites, des milieux et paysages naturels ;
- d) La sauvegarde des ensembles urbains et la protection, la conservation et la restauration du patrimoine culturel ;
- e) Les besoins en matière de mobilité ;

2° La qualité urbaine, architecturale et paysagère, notamment des entrées de ville ;

3° La diversité des fonctions urbaines et rurales et la mixité sociale dans l'habitat, en prévoyant des capacités de construction et de réhabilitation suffisantes pour la satisfaction, sans discrimination, des besoins présents et futurs de l'ensemble des modes d'habitat, d'activités économiques, touristiques, sportives, culturelles et d'intérêt général ainsi que d'équipements publics et d'équipement commercial, en tenant compte en particulier des objectifs de répartition géographiquement équilibrée entre emploi, habitat, commerces et services, d'amélioration des performances énergétiques, de développement des communications électroniques, de diminution des obligations de déplacements motorisés et de développement des transports alternatifs à l'usage individuel de l'automobile ;

4° La sécurité et la salubrité publiques ;

5° La prévention des risques naturels prévisibles, des risques miniers, des risques technologiques, des pollutions et des nuisances de toute nature ;

6° La protection des milieux naturels et des paysages, la préservation de la qualité de l'air, de l'eau, du sol et du sous-sol, des ressources naturelles, de la biodiversité, des écosystèmes, des espaces verts ainsi que la création, la préservation et la remise en bon état des continuités écologiques ;

7° La lutte contre le changement climatique et l'adaptation à ce changement, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, l'économie des ressources fossiles, la maîtrise de l'énergie et la production énergétique à partir de sources renouvelables ;

8° La promotion du principe de conception universelle pour une société inclusive vis-à-vis des personnes en situation de handicap ou en perte d'autonomie dans les zones urbaines et rurales.

# Les éléments concernant la réglementation nationale

## ÉLÉMENTS CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE L’AFFICHAGE EXTÉRIEUR DANS LES SECTEURS NON AGGLOMÉRÉS D’UNE COMMUNE

En dehors des parties agglomérées, **toute publicité est interdite** (art. L.581-7 du code de l'environnement). Cependant, la publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toutes habitations.

Les **préenseignes dites « dérogatoires »** peuvent, comme le stipulent les articles L.581-19, R.581-66 et R.581-67 du code de l'environnement, sous certaines conditions de dimensions, de nombre et de distance notamment, être installées hors agglomération au bénéfice de deux catégories limitativement définies :

- ✓ les entreprises locales que leur activité principale conduisent à fabriquer ou vendre des produits du terroir (*l'annexe de l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014 précise qu'il s'agit de « produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle*

*locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.*

*Les entreprises locales sont des entreprises dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local ce qui signifie leur implantation dans l'espace rural » ;*

- ✓ les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Il convient de préciser qu'aucune disposition législative n'habilite un règlement local de publicité à restreindre, ni même à réglementer, les préenseignes dérogatoires.

Les **préenseignes temporaires** peuvent, comme le stipulent les articles L.581-20 et R.581-68 à 71 du code de l'environnement, sous certaines conditions de dimensions et de nombre être installées hors agglomération au bénéfice de deux catégories d'activités limitativement définies :

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

## ÉLÉMENTS CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE L’AFFICHAGE EXTÉRIEUR DANS LES PARTIES AGGLOMÉRÉES

**Dans les communes de moins de 10 000 habitants** ■ Les dispositions applicables sont les suivantes :

- ✓ la **publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture** ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (cette surface peut être portée à 8 mètres carrés lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation (art. R.581-26 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol** sont interdits (art. R.581-31 du code de l'environnement) ;
- ✓ la **publicité lumineuse** est interdite (art. R.581-34 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **bâches de chantier comportant de la publicité, les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles** sont interdits (art. R.581-53 et R.581-56 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes apposées sur un mur** doivent obéir aux règles des articles R.581-58 à R.581-65 du code de l'environnement ;

- ✓ les **enseignes apposées sur une façade commerciale** doivent également respecter les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R.581-63 du code de l'environnement qui limitent la surface occupée à 15 % lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m<sup>2</sup>, et 25 % si celle-ci est inférieure à 50 m<sup>2</sup> ;
- ✓ les **enseignes en toiture** doivent respecter les règles de l'article R.581-62 du code de l'environnement ;
- ✓ les **enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont limitées en nombre, si leur surface est supérieure à 1 mètre carré, à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique (art. R.581-64 du code de l'environnement) et à 6 mètres carrés de surface (art. R.581-65 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes lumineuses** doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Si cette activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes clignotantes** sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout service d'urgence (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes temporaires** concernant des opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique ou lorsqu'elles signalent des travaux publics et opérations immobilières doivent respecter les articles R.581-68 à R.581-70 du code de l'environnement.

**Dans les communes de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou dans les communes de plus de 10 000 habitants** ■ Les dispositions applicables sont les suivantes :

- ✓ la **publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture** ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol (art. R.581-26 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol** sont interdits, s'ils sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération (art. R.581-31 du code de l'environnement). Ils ne peuvent s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (y compris dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération) (art. R.581-32 du code de l'environnement) ;
- ✓ la **publicité lumineuse** apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (art. R.581-34 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol** ne peuvent être placés à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie (art. R.581-33 du code de l'environnement) ;
- ✓ la **publicité numérique** ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 mètres carrés ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Si la consommation électrique du dispositif dépasse les niveaux définis par arrêté ministériel, alors cette surface est portée à 2,1 mètres carrés et sa hauteur à 3 mètres au maximum au-dessus du niveau du sol (art. R.581-41 du code de l'environnement) ;
- ✓ la **publicité lumineuse** doit être éteinte entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celle installée dans l'emprise des aéroports et de celle éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain (art. R.581-35 du code de l'environnement)
- ✓ les **bâches et les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles** sont interdits si la publicité qu'elles supportent est

visible d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération (art. R.581-53 et R.581-56 du code de l'environnement) ;

- ✓ les **enseignes apposées sur un mur** doivent obéir aux règles des articles R.581-58 à R.581-65 du code de l'environnement ;
- ✓ les **enseignes apposées sur une façade commerciale** doivent également respecter les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R.581-63 du code de l'environnement qui limitent la surface occupée à 15 % lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m<sup>2</sup>, et 25 % si celle-ci est inférieure à 50 m<sup>2</sup> ;
- ✓ les **enseignes en toiture** doivent respecter les règles de l'article R.581-62 du code de l'environnement ;
- ✓ les **enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont limitées en nombre, si leur surface est supérieure à 1 mètre carré, à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique (art. R.581-64 du code de l'environnement) et à 6 mètres carrés de surface (art. R.581-65 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes lumineuses** doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Si cette activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité (art. R.581-59 du code de l'environnement) ;
- ✓ les **enseignes clignotantes** sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout service d'urgence (art. R.581-59 du code de l'environnement)
- ✓ les **enseignes temporaires** concernant des opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique ou lorsqu'elles signalent des travaux publics et opérations immobilières doivent respecter les articles R.581-68 à R.581-70 du code de l'environnement.

**Dispositions applicables au mobilier urbain** ■ Les mobiliers urbains pouvant, à titre accessoire eu égard à leur fonction, supporter de la publicité sont limités à uniquement cinq types de dispositifs :

- ✓ abri destiné au public ;
- ✓ kiosque à journaux ou à usage commercial ;
- ✓ mât porte-affiches ;
- ✓ colonne porte-affiches ;
- ✓ mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques.

Pour les abris, la surface unitaire maximale ne peut excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol.

Pour les kiosques, la surface unitaire maximale est fixée à 2 mètres carrés et la surface totale ne peut excéder 6 mètres carrés.

Les colonnes ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Les mâts ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 mètres carrés utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

Quant au mobilier urbain, lorsque celui-ci supporte de la publicité commerciale, la surface de celle-ci ne peut excéder la surface totale réservée aux informations et œuvres pour lequel il est destiné (surface unitaire de la publicité limitée à 2 mètres carrés) (art. R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement).

Lorsqu'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin, lorsqu'elle est visible de la baie et parallèle à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de

la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique (art. R.581-42 du code de l'environnement).

**Publicité sur les véhicules terrestres** ■ La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité est réglementée à l'article R.581-48 du code de l'environnement.

**Dispositifs de petits formats** ■ Ils peuvent être installés sur la ou les baie(s) d'une devanture commerciale. Leur surface unitaire doit être inférieure à 1 mètre carré et leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface de la devanture et dans la limite maximale de 2 mètres carrés (art. R.581-57 du code de l'environnement).

**L'affichage d'opinion** ■ En application de l'article L.581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

La surface minimale qu'une commune de moins de 10 000 habitants doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est de 4 mètres carrés plus 2 mètres par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants.

La surface minimale qu'une commune de plus de 10 000 habitants doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est de 12 m<sup>2</sup> plus 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants (art R.581-2 code environnement).

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (art R.581-3 du code de l'environnement).

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement. Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de l'article L581-8 du code de l'environnement.

**Les palissades de chantier** ■ Dans le cas où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m<sup>2</sup> (article R.581-4 du code de l'environnement).

Lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie, les communes ont le droit d'utiliser les palissades de chantier à leur profit comme support de publicité commerciale ou affichage libre (article L.581-16 du code de l'environnement).

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice, ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, est autorisée par dérogation aux interdictions à condition qu'elles n'excèdent pas une surface unitaire de 1,50 m<sup>2</sup> (art. L.581-17 et R.581-5 du code de l'environnement).

**Les règles de densité** ■ Ces dispositions s'appliquent à tous les dispositifs à l'exception de ceux apposés sur une palissade ou sur une toiture. Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Il existe cependant deux exceptions à ce principe, selon lesquelles on pourra installer :

- ✓ deux dispositifs publicitaires s'ils sont alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- ✓ deux dispositifs scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire. Ces exceptions ne valent pas pour l'installation de dispositifs publicitaires sur le domaine public, dans ce cas, il ne pourra être

installé qu'un seul dispositif au droit des unités foncières dont la longueur est inférieure à 80 mètres linéaires (art. R.581-25 du code de l'environnement).



# Les règles générales et les délais de mise en conformité

## LES RÈGLES GÉNÉRALES APPLICABLES DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et préenseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L581-1 à L581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88.

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles nationales traitent des dispositions applicables pour les enseignes, préenseignes, dispositifs publicitaires, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, mobiliers urbains publicitaires, enseignes et préenseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format, publicités sur véhicule terrestres, sur l'eau ou dans les airs.

**Le règlement local de publicité complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales par des prescriptions plus restrictives et adaptées aux enjeux paysagers locaux.**

Il est important de préserver le paysage aux entrées de ville, dans les zones commerciales et dans les zones d'activités et les centres-villes.

## LES DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ

Sont concernés par ces délais de mise en conformité les dispositifs déjà installés (et conformes à la réglementation antérieure) qui, du fait de nouvelles prescriptions (issues de la réforme de la réglementation nationale ou du Règlement local de publicité), ne sont plus conformes avec les règles en vigueur.

Mise en conformité avec les dispositions du nouveau Règlement local de publicité (RLP) :

La date à laquelle les dispositifs déjà installés doivent être conformes aux dispositions du RLP dépend de la date d'entrée en vigueur de ce nouveau RLP.

Toutes les publicités et préenseignes doivent être conformes aux dispositions du nouveau RLP les concernant, au plus tard 2 ans à compter de la date d'entrée en vigueur de ce RLP.

Toutes les enseignes doivent être conformes aux dispositions du RLP les concernant, au plus tard 6 ans à compter de la date d'entrée en vigueur du RLP.

# Les autres réglementations traitant de l'affichage publicitaire

## LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE DANS LE CODE DE LA ROUTE

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R418-1 à R418-9 du code de la route complété par :

- ✓ l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et pré enseignes hors agglomération du 17 janvier 1983 ;
- ✓ l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants ;
- ✓ l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière ;
- ✓ l'arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires.

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la route, le maire en agglomération, le responsable de la voie hors agglomération d'intervenir pour faire cesser les risques. En effet les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

26

## L'ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES OU À MOBILITÉ RÉDUITE

La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, cadre la politique prioritaire du handicap et de l'accessibilité .

Ses décrets d'application précisent les modalités :

- ✓ Décret n°2006-1657 du 21 décembre 2006 relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics ;
- ✓ Décret n°2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques, et par l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

Les passages et occupations sur domaine public et domaine privé doivent être conçus afin de permettre les déplacements et l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite dans la totalité des itinéraires.

L'attention doit être portée sur le cadre bâti intérieur, les parties privées, la voirie publique et privée, l'aménagement des espaces publics, les systèmes de transport et leur intermodalité.

Les dispositifs publicitaires positionnés sur la voirie doivent respecter cette exigence nationale.

## L'OCCUPATION DU DOMAINE PUBLIC

L'article L113-2 du code de la voirie routière traite de l'occupation du domaine public par les dispositifs publicitaires.

Il est également nécessaire de se référer aux articles L2122-1 à L2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques : toute installation envisagée sur le domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative. Cette autorisation est délivrée par le propriétaire de la voie, à titre précaire et révocable, sous la forme de permission de voirie (avec emprise au sol), ou de permis de stationnement (sans emprise au sol).

Ainsi, en application de l'article L2213-6 du code général des collectivités territoriales, en agglomération seul le maire peut délivrer des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

## LES ROUTES CLASSÉES À GRANDE CIRCULATION

Les routes suivantes appartiennent au réseau des routes classées à grande circulation, soumises aux dispositions de l'article L.111-6 du code de l'urbanisme, affectant le territoire de Concarneau ;

- ✓ **au titre du décret n°2010-578 du 31 mai 2010 modifiant le décret n°2009-615 du 3 juin 2009 :**
  - RD 70 depuis son intersection avec la RD 783 jusqu'au giratoire Nord avec la RN 165 ;
  - RD 783 depuis son intersection avec la RD 70 jusqu'à son intersection avec la RD 322.

Dans les zones urbanisées situées aux abords des routes classées à grande circulation, l'implantation des dispositifs publicitaires devra respecter la qualité des paysages.

## Index des services

### ■ UDAP

Unité départementale de l'architecture et du patrimoine  
3, rue Brizeux  
29000 Quimper

### ■ DREAL

Direction régionale de l'environnement,  
de l'aménagement et du logement  
L'Armorique  
10, rue Maurice Fabre  
CS 96515  
35065 Rennes cedex

### ■ DDTM-DML

Direction départementale des territoires  
et de la mer  
Direction de la mer et du littoral  
Service Littoral  
37 rue de la Marine  
29730 Le Guilvinec



**Direction départementale  
des territoires et de la mer  
du Finistère**  
Pôle Aménagement et Territoire  
Arrondissement de Brest

2, boulevard du Finistère  
29325 Quimper cedex  
Tél : 02 98 76 50 00 – Fax : 02 98 76 50 24

[www.finistere.equipement.gouv.fr](http://www.finistere.equipement.gouv.fr)