DEPARTEMENT DU FINISTERE E22000137 35

VILLE DE QUIMPER

ENQUETE PUBLIQUE

Révision du règlement local de publicité de la ville de Quimper

_____

du 18 octobre au 18 novembre 2022

Arrêté municipal du 26 septembre 2022

Décision du conseiller délégué du tribunal administratif de RENNES du 12 septembre 2022

Maryvonne Martin

Commissaire enquêtrice

I – RAPPORT D'ENQUETE

I – RAPPORT D'ENQUETE

Sommaire

1. Généralités 5
1.1. Contexte général de l'enquête 5
1.2. Objet de l'enquête 5
1.3. Cadre juridique de l'enquête 6
1.4. Les principes fondamentaux du règlement national de publicité 6
1.4.1. Les différents dispositifs publicitaires 6
1.4.2. Les définitions se rapportant à l'agglomération, la démographie 7

2. Présentation du projet 8
2.1. Le contexte paysager 8
2.2. Diagnostic et enjeux en matière de publicités et préenseignes 14
2.3. Diagnostic et enjeux en matière d'enseignes 19
2.4. Les objectifs 20
2.5. Les orientations 21
2.6. La justification des zones retenues 22
2.6.1. Les zones en matière de publicités et de pré-enseignes 22
2.6.2. Les zones en matière d'enseignes 25

3. La concertation préalable 27
3.1. Réunion avec les afficheurs et les enseignistes 27
3.2. Réunion avec les commerçants 27
3.3. Réunion avec les PPA 27
3.4. Réunion publique 28
3.5. Synthèse des contributions reçues 28
3.6. Bilan de la concertation 29

4. La composition du dossier 29

5. Organisation de l'enquête 30
5.1. **Phase préalable à l'ouverture d'enquête** 30
5.1.1. Désignation de la commissaire enquêtrice 30
5.1.2. Préparation de l'enquête publique 30
5.1.3. Publicité de l'enquête publique 30
5.2. **Phase de l'enquête publique** 31
5.2.1. Déroulement de l'enquête 31
5.2.2. Résumé des permanences 31
5.2.3. Visite sur place 32
5.2.4. Clôture de l'enquête 33
5.2.5. Climat de l'enquête 33

5.3. **Phase postérieure à l'enquête publique** 33
5.3.1.Procès-verbal de synthèse des observations 33
5.3.2. Réception du mémoire en réponse du maître d'ouvrage 33

6. Les observations du public 33

6.1. Bilan de l'enquête 33
6.2. Synthèse des observations 34
6.3. Propositions du public 43

7. Les avis des personnes publiques associées 44

8. Les questions de la commissaire enquêtrice 46

9. Clôture de la partie 1 47

ANNEXES :

- Procès-verbal de synthèse des observations du public du 25 novembre 2022
- Mémoire en réponse en date du 7 décembre 2022

GLOSSAIRE

ABF : architecte des bâtiments de France

PPA : personnes publiques associées

AVAP : aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine

Loi ENE : loi portant engagement national pour l'environnement (loi n°2010-788 du 12 juillet 2010)

RLP : règlement local de publicité

RNP : règlement national de publicité

CDNPS : commission départementale de la nature, des paysages et des sites

SPR : site patrimonial remarquable

SRADDET : schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires

SYMESCOTO : syndicat mixte pour l'élaboration du Scot de l'Odet

TLPE : taxe locale sur la publicité extérieure

ZP0 : zone de publicité 0, cœur du centre historique

ZP1 : zone de publicité 1, zone de publicité du site patrimonial remarquable

ZP2 : zone de publicité2, des zones agglomérées (principalement résidentielles)

ZP3 : zone de publicité 3, des axes structurants

ZP4 : zone de publicité 4, des zones d'activités

ZPPAU : zone de protection du patrimoine architectural urbain

ZPPAUP : zone de protection du patrimoine architectural urbain et paysager

Première partie : rapport d'enquête

Introduction

Je soussignée, Maryvonne MARTIN, commissaire enquêtrice désignée le 12 septembre 2022 par décision du conseiller délégué du tribunal administratif de Rennes, ai l'honneur de présenter mon rapport et mes conclusions à Madame le maire de Quimper. pour l'enquête publique ayant pour objet : révision du règlement local de publicité de la ville de Quimper.

1. Généralités

1.1. Contexte général de l'enquête

La ville de Quimper est située dans le département du Finistère. Elle appartient à la communauté d'agglomération Quimper Bretagne Occidentale regroupant 14 communes :

La ville de Quimper compte 65 638 habitants (données INSEE 2018). La commune disposait jusqu'en janvier 2021 d'un règlement local de publicité (RLP) élaboré en 2000.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010, codifiée aux articles L 581-1 et suivants du code de l'environnement, portant Engagement National pour l'Environnement, a profondément modifiée la règlementation antérieure qui datait de 1979 (loi du 29 décembre 1979). Cette loi dite « Loi Grenelle II » fait du règlement local de publicité (RLP), un document stratégique et opérationnel permettant d'adapter aux conditions locales d'un territoire, les dispositifs concernant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

L'objectif principal consiste à améliorer la qualité du cadre de vie, en favorisant la mise en valeur du paysage, tout en respectant la liberté d'expression et l'exercice de l'activité économique.

Rappel historique :

Le premier règlement local de publicité de la ville de Quimper a été approuvé en 1985. Puis la ville s'est dotée d'une Zone de Protection du Patrimoine Architectural et Urbain en 1988, devenue Zone du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP) en 1996. Ce renforcement des protections patrimoniales a incité la commune à réviser son RLP en 2000 : cinq zones de publicité restreinte ont été instaurées pour limiter la publicité à l'intérieur des secteurs patrimoniaux ainsi que le long des axes de contournement et des pénétrantes de la ville. Ce RLP a été adopté le 21 août 2000.

Le code de l'environnement prévoyait que tous les RLP adoptés en application de l'ancienne réglementation, avant le 12 juillet 2010 soient révisés avant le 13 juillet 2020. Du fait de l'état d'urgence sanitaire, cette échéance a été repoussée au 14 janvier 2021. Depuis cette date, le RLP de Quimper est caduc, c'est donc le règlement national de publicité (RNP) qui s'applique actuellement.

1.2. Objet de l'enquête

Par délibération du 10 décembre 2020, le conseil municipal de Quimper a prescrit la révision de son règlement local de publicité.

La délibération précise les objectifs poursuivis par cette procédure :

- tenir compte des évolutions législatives et règlementaires apportées par la loi ENE et son décret d'application ;
- décliner, sur la base des possibilités offertes par le code de l'environnement, des règles adaptées au contexte quimpérois ;
- traiter des nouvelles formes de publicités émergentes depuis plusieurs années ;
- mettre en cohérence le RLP avec les objectifs de préservation, de valorisation du patrimoine bâti et des espaces publics définis par le site patrimonial remarquable (SPR) ;
- adapter son périmètre à la cohérence de l'agglomération.

1.3. Cadre juridique de l'enquête

-Le code de l'environnement définit les règles applicables aux dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation ;

-La révision du RLP est menée selon la procédure d'élaboration des plans locaux d'urbanisme définie par le code de l'urbanisme : articles L 153-11 à L 153-26 ; articles L 132-7 et L 132-9 pour la liste des PPA.

- Comme indiqué ci-dessous, la procédure de révision suit les mêmes étapes que la procédure d'élaboration d'un PLU, à savoir :
- prescription de la révision du RLP : délibération du 10 décembre 2020
- débat sur les orientations du futur RLP : délibération du 9 décembre 2021
-arrêt du projet de RLP et bilan de la concertation : délibération du 23 juin 2022

- L'enquête publique est organisée selon les règles en vigueur du code de l'environnement, articles L123-1 à L123-18 et R 123-1 à R 123-46 ;

1.4. Les principes fondamentaux du règlement national de publicité

1.4.1. Les différents dispositifs publicitaires

Le code de l'environnement (art. L 581-3) donne une définition des dispositifs visés par le droit de la publicité extérieure.

La publicité
« constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention ; les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ».
La publicité peut être : scellée au sol ou installée sur le sol (chevalet, oriflamme...) ;
Elle peut être apposée sur un support existant (mur, clôture...) ou sur le mobilier urbain ;
Elle peut être lumineuse ou numérique ;
Il existe un affichage d'opinion (mis en place sur le domaine public par la commune) ;

L'enseigne
« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. »

Elle peut être : scellée au sol ou installée sur le sol (chevalet, oriflamme...), à plat sur un mur, ou parallèlement à un mur, ou perpendiculairement à un mur (enseigne-drapeau) ;
Elle peut être posée sur un auvent ou une marquise, ou sur une toiture ou terrasse en tenant lieu ;

La préenseigne
« constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image, indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ».
Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

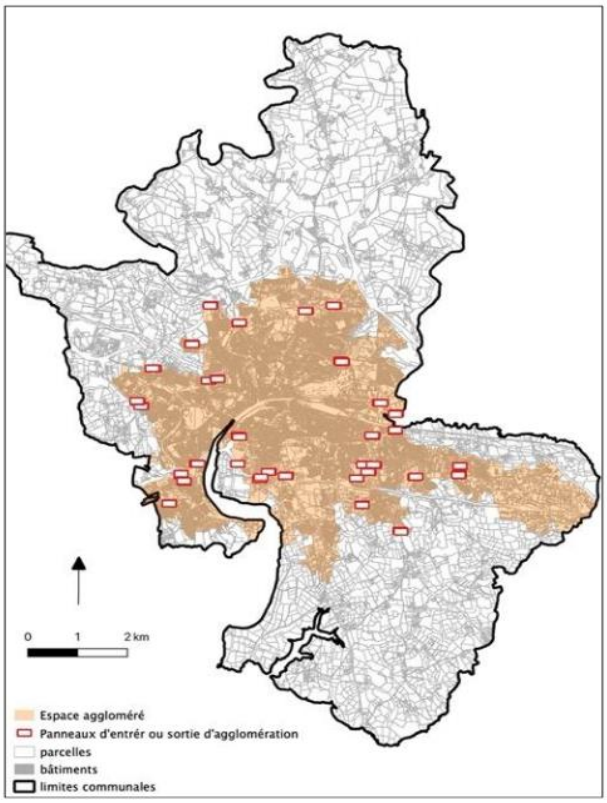
Il existe des préenseignes « dérogatoires » pour certaines activités qui peuvent être signalées hors des agglomérations :
Fabrication ou vente de produits du terroir, activités culturelles et monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ; à titre temporaire, pour des opérations ou manifestations exceptionnelle

1.4.2. Les définitions se rapportant à l'agglomération, la démographie

La notion d'agglomération

Une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

La commune de Quimper compte une agglomération de plus de 10 000 habitants.



source rapport de présentation p. 25 : espace aggloméré et panneaux entrée/sortie d'agglomération

La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2000 habitants.
La commune de Quimper appartient à l'unité urbaine qui regroupe 75 636 habitants.

Ainsi la commune de Quimper rentre dans le cadre de la règlementation applicable à une agglomération de plus de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de moins de 100 000 habitants.

2. Présentation du projet

2.1. Le contexte paysager

La commune de Quimper appartient à l'unité paysagère du cœur de la Cornouaille. La ville est située dans une cuvette, à la confluence de plusieurs rivières et fleuves. Le relief est vallonné. La ville s'est développée autour de son noyau historique, avant de s'étendre aux anciens bourgs de Kerfeunteun, Penhars... Plus récemment, l'urbanisation s'est étendue aux coteaux. On observe également une urbanisation le long de l'axe de la RN 165. La ville est ceinturée par un tissu industriel et commercial en alternance avec des vallées.
Au sud de la ville, la vallée de l'Odet et ses côteaux s'ouvre sur l'unité paysagère de la Cornouaille fouesnantaise.

Le plan local d'urbanisme de la commune de Quimper approuvé le 16 mars 2017 présente les différentes trames paysagères du territoire communal.

2.1.1. Les paysages urbains de la ville de Quimper

Parmi ces paysages, on distingue le centre historique et le quartier de Locmaria.

Le centre présente un tissu urbain ancien et dense, avec un bâti aligné sur la voirie, des rues étroites, des espaces publics de qualité.

Les secteurs péricentraux à dominante d'habitat présentent des un tissu urbain composé de maisons individuelles avec un alignement en retrait par rapport à la voirie, des rues assez larges, des espaces publics assez simples. Dans la partie nord de Quimper, on note un habitat à dominante pavillonnaire, tandis que dans la partie sud, on trouve des grands ensembles, un tissu urbain assez lâche.

Les paysages de zones d'activités occupent une place importante : tissu urbain très lâche, constructions très en retrait avec des gabarits imposants. C'est le cas de la zone commerciale de Gourvily, de la route de Bénodet, de Créac'h Gwen ou la zone industrielle de Kernevez.

Source rapport de présentation p.11 : vue du quai du Steir

Place Saint-Corentin (mobilités douces), centre-ville de Quimper, 2021

Cathédrale Saint-Corentin (monument historique classé), centre-ville de Quimper, 2021

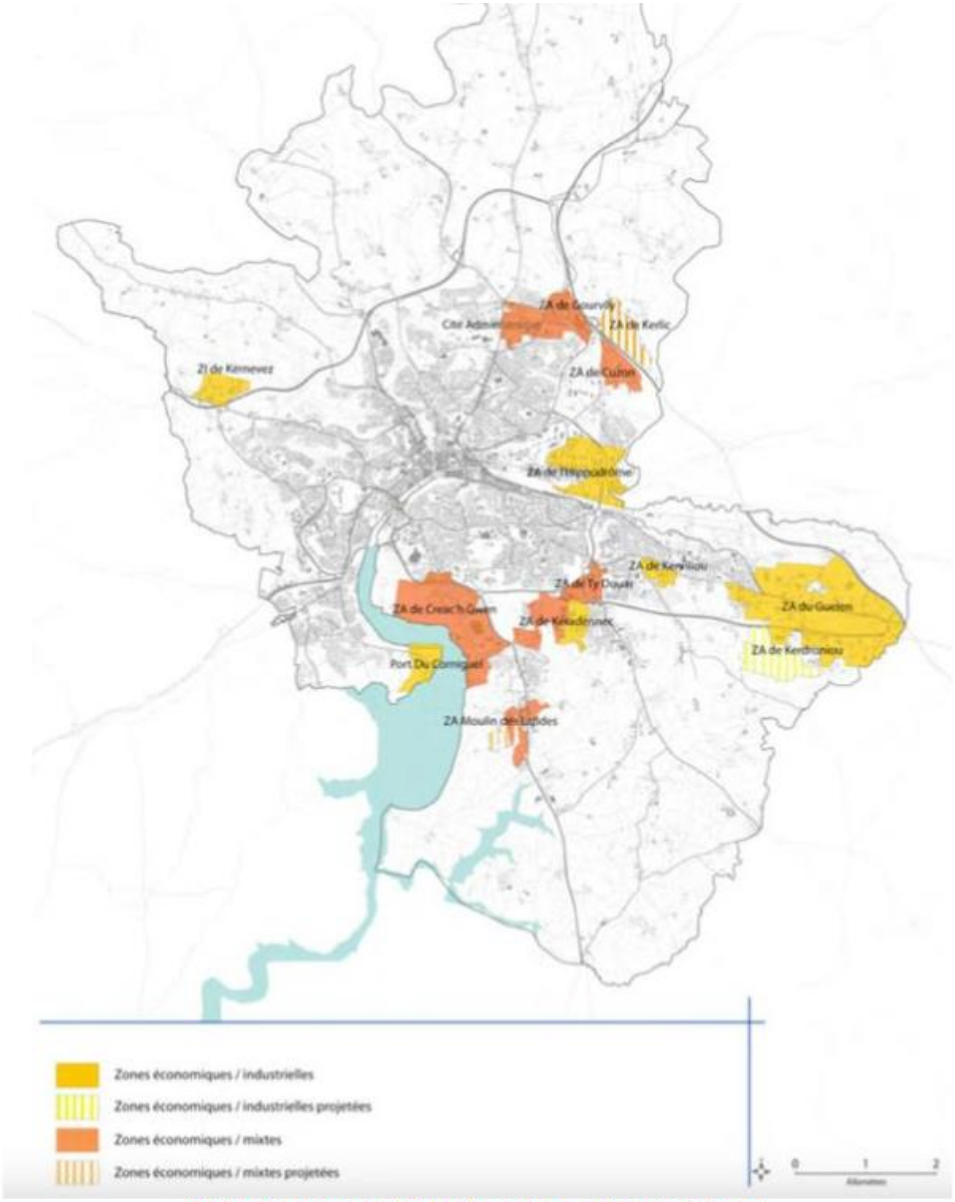
Source rapport de présentation p 12 : Place Saint Corentin

Zone commerciale de Gourvily, Quimper, 2021

Zone commerciale, route de Bénodet, Quimper, 2021

Source R.P. p.14

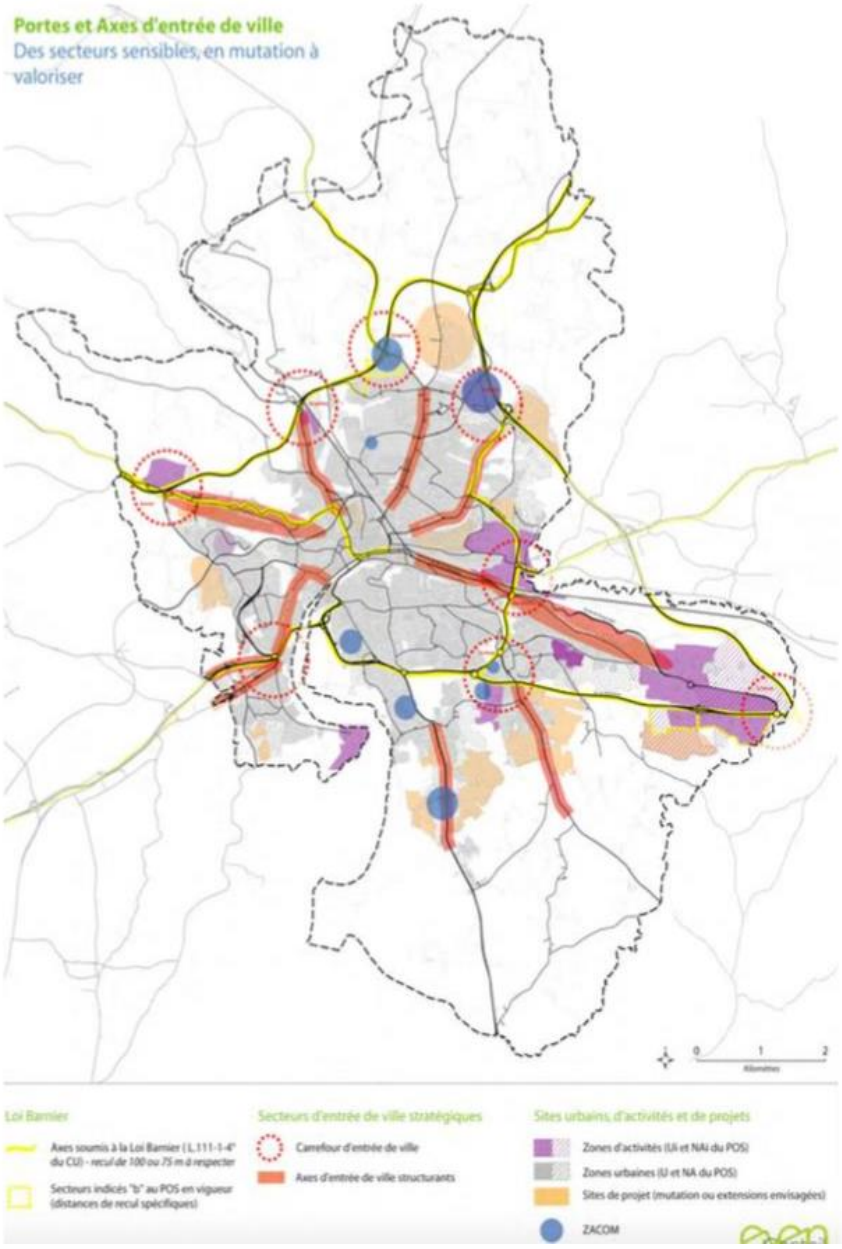
Le rapport de présentation reproduit la carte des espaces d'activités du PLU.



Carte des espaces d'activités, source : PLU de Quimper

Source RP p.16

L'accès aux différents types de paysages se fait par les entrées de ville concentrant une part importante des flux routiers, où se développent la part majeure de la publicité extérieure de la ville de Quimper. Le rapport de présentation reproduit cette carte des entrées de ville du PLU p. 18



Entrée de ville Ouest (route de Douarnenez), Quimper, 2021

Source : RP p. 20

2.1.2. Les paysages agricoles et naturels

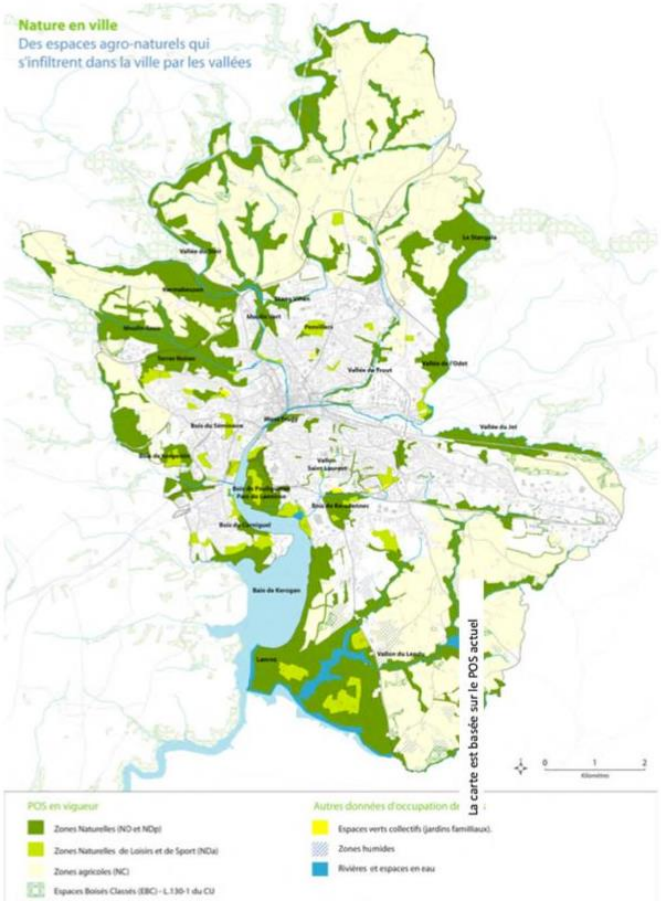
Le cours d'eau de l'Odet qui traverse le centre-ville joue un rôle important dans le sud de la commune où il s'élargit.

Le centre-ville comprend des jardins de qualité comme celui de l'évêché ou de celui du théâtre. Quimper compte des espaces naturels : le mont Frugy, le vallon Saint-Laurent, le bois de Keradennec, le bois de Corniguel...

Cours de l'Odet en centre-ville de Quimper, vue vers le Nord, 2021

Source : RP. P.21

La carte suivante, extraite du PLU, présente les espaces agro-naturels de la ville de Quimper.



Source RP p.24 : carte « nature en ville », PLU Quimper

2.2.Le diagnostic et les enjeux en matière de publicités et préenseignes

Le diagnostic de la publicité extérieure a pour objet d'identifier les enjeux posés par les publicités et préenseignes sur le territoire de la commune de Quimper.

2.2.1. Les interdictions absolues et relatives

2.2.1.1. Interdictions absolues sur les lieux patrimoniaux et sites protégés

Les publicités et préenseignes sont interdites sur les 12 monuments historiques classés ainsi sur les 31 monuments historiques inscrits de la ville de Quimper.
Elles sont également interdites dans les sites classés suivants :

- Mont Frugy ;
- Domaines de Pouguinan et Lanniron classés ;
- Domaine de Lanroz ;
- Immeubles de la place Tertre au Duc classés ;

L'interdiction absolue porte aussi sur les arbres, plantations, poteaux divers, installations d'éclairage public, équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale...murs de cimetière et de jardin public.

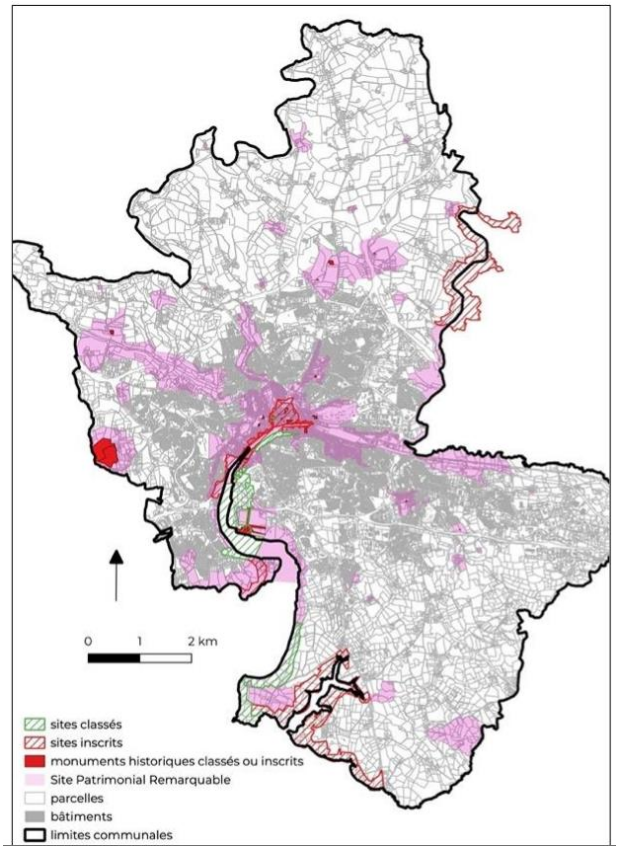
2.2.1.2. Les interdictions relatives dans les sites inscrits et dans le site patrimonial remarquable (SPR)

Dans ces lieux, les interdictions sont dites relatives car le RLP peut y déroger s'il s'agit d'une zone agglomérée :
La commune compte 6 sites inscrits :

- Immeubles de la place Tertre au Duc inscrits ;
- Ensembles de Poulguinan et Lanniron inscrits ;
- Domaine de Lanroz et anses de Toulven et Saint Cadou inscrits ;
- Site pluricommunal du Stangala inscrit ;
- Pointe du Corniguel inscrite ;
- Cours de l'Odet et ses berges inscrits.

A noter que des parties du SPR situées hors de l'agglomération au nord, nord-est, et au sud, sont situées en dehors de l'agglomération de Quimper, notamment :

- Le domaine de Lanroz et les anses de Toulven et Saint Cadou ;
- Le site pluricommunal du Stangala ;
- La pointe de Corniguel.



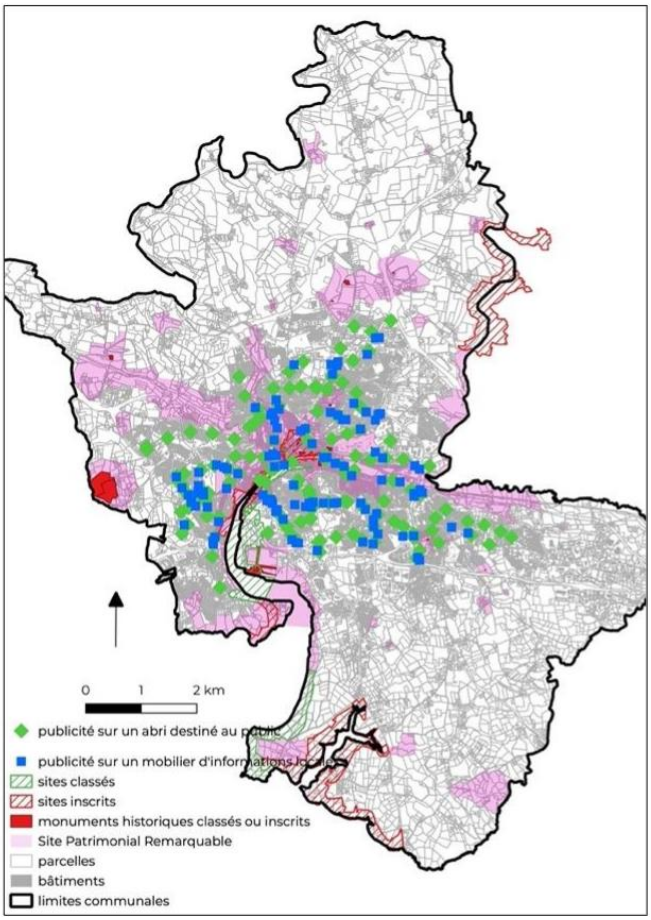
Source RP p. 30 : carte des protections patrimoniales

2.2.2. La répartition des publicités et préenseignes

La ville de Quimper comprend trois catégories de publicités et préenseignes sur son territoire : publicité scellée au sol, sur un mur ou à titre accessoire par du mobilier urbain.

2.2.3. Les publicités supportées par du mobilier urbain

Elles comprennent : les abris destinés au public (159) et les mobiliers d'informations locales (107 faces publicitaires de 2 formats, affiche de 8m² et affiche de 2m²). A Quimper, les affiches les plus nombreuses sont celles de 2 m².
Certaines de ces publicités se trouvent dans le SPR car le RLP de 2000 permettait cette dérogation.
La localisation de ces publicités est présentée sur la carte ci-dessous.



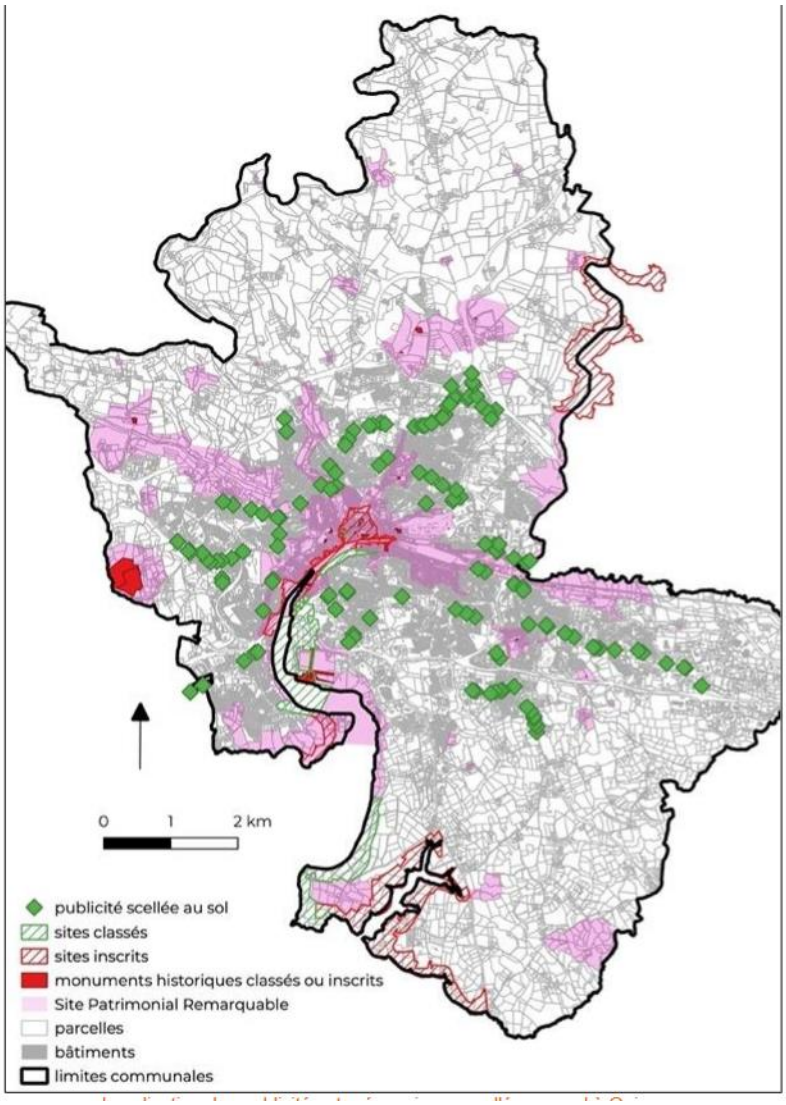
Source RP p.34 : Localisation des publicités supportées par le mobilier urbain à Quimper

2.2.4. Les publicités et préenseignes scellées au sol un installées directement sur le sol

Ces publicités et préenseignes sont au nombre de 137 dont :

- 99 avec surfaces de plus de 12 m² avec l'encadrement du dispositif,
- 35 avec une surface égale à 8 m²,
- 4 avec surfaces inférieures ou égales à 4 m².

Leur hauteur au sol est inférieure à 6 m.
La localisation de ces publicités est présentée sur la carte ci-dessous.



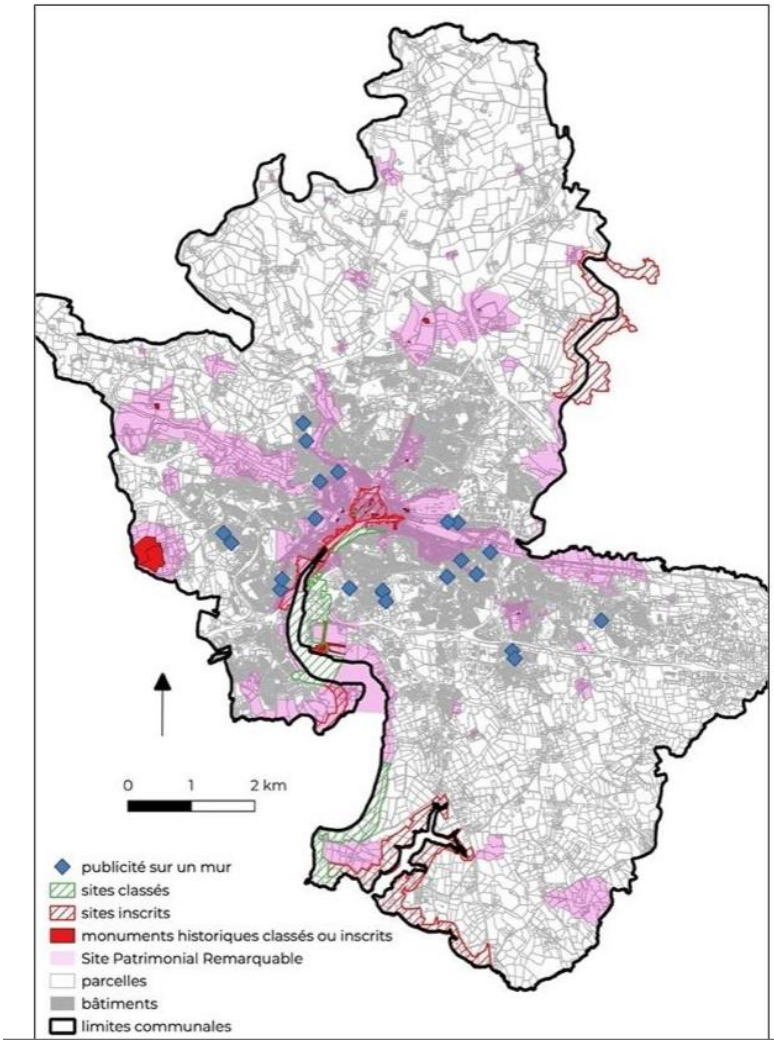
Source RP p.38 : localisation des publicités et préenseignes scelles au sol à Quimper

2.2.5. Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture

Ces publicités sont au nombre 22 dont :

- 18 avec surfaces mesurant plus de 12 m² avec encadrement du dispositif,
- 4 avec une surface de 8 m².

Leur hauteur au sol est inférieure à 6 m.



Source RP p.41 : localisation des publicités et préenseignes sur un mur à Quimper

2.2.6. La densité publicitaire

Aucune surdensité n'a été observée sur le territoire. Certaines entrées de ville peuvent nuire à la qualité du paysage et à l'image du territoire. On observe parfois plusieurs publicités scellées au sol sur de petites parcelles en entrées de ville.

2.2.7. La publicité lumineuse

La publicité lumineuse, dont numérique, est présente sur le territoire de Quimper, par un système d'éclairage ou par transparence (néons derrière l'affiche).

La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Quelques publicités numériques de grand format (8m² et hauteur de 6 m) sont présentes et sont souvent en contradiction avec leur environnement proche. Il existe 4 publicités numériques sur mobilier urbain de 2 m², à des endroits stratégiques comme le parvis de la gare.

Publicité numérique apposée sur mobilier urbain, Quimper, 2021

Source RP p.46

2.2.8. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Ces dispositifs, pour des manifestations temporaires et des bâches publicitaires, peuvent exister. Des emplacements pour le positionnement de banderoles sont prévus par la collectivité.

2.2.9. Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Ces dispositifs se trouvent, par exemple, pour des commerces de type tabac-presse.
Le RNP précise la surface inférieure à 1 m², les surfaces cumulées ne devant pas recouvrir plus d'un 1/10e de surface dans la limite de 2 m².
Sur murs et clôtures, ces dispositifs doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

2.3.Le diagnostic et les enjeux en matière d'enseignes

Cinq catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal : des enseignes parallèles au mur, perpendiculaires au mur, scellées au sol ou installées directement sur le sol, sur clôture ou sur toiture ou terrasse en tenant lieu. La ville de Quimper en compte entre 5 000 et 10 000.

2.3.1. Les enseignes parallèles au mur

Très courantes en centre historique, elles posent peu de problèmes paysagers. Le RLP de 2000 prévoyait des interdictions sur les éléments de façade (volets, fenêtres, garde-corps). Ces dispositions ont permis d'éviter des implantations pouvant nuire à la qualité architecturale du bâti.

2.3.2. Les enseignes perpendiculaires au mur
Essentiellement présentes dans le centre historique, la plupart des activités dispose d'une seule enseigne dont la saillie n'excède pas 80 cm. Ces enseignes posent peu de problèmes paysagers.

2.3.4. La surface cumulée des enseignes de façade
Le code de l'environnement fixe une règle de surface cumulée des enseignes qui vise à éviter qu'une façade soit « saturée » d'enseignes.

2.3.5. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (panneau, totem, drapeau, chevalet)
La commune compte plus de 800 enseignes de ce type. Ce sont celles qui présentent le plus d'enjeux paysagers. Elles sont nombreuses en entrées de ville et dans les zones d'activités commerciales.
Plus de 200 ont une surface dépassant 4 m². Une part importante se présente sous forme de « totem » (voir ci-dessous). Ces dispositifs, évitant une fermeture visuelle, assure une meilleure intégration paysagère sous réserve de ne pas être en surnombre ou trop hautes.

Lorsqu'elles mesurent moins d'un mètre carré, les enseignes au sol ne sont pas règlementées par le code de l'environnement. Il y a là un fort enjeu de règlementation locale.
En centre-ville, les activités utilisent une seule enseigne de ce type installée sur le domaine public (sous réserve d'autorisation d'occupation du domaine public). Ce sont les « chevalets ».

Enseigne installée directement sur le sol de moins d'un mètre carré de type « chevalet », Quimper, 2021

Source RP p.60

En zones d'activités, on trouve de nombreuses enseignes sur les parkings des établissements à des hauteurs au sol importantes (drapeaux).

2.3.6. Les enseignes sur clôture
La plupart de ces dispositifs sont placés sur des clôtures non aveugles et en zone d'activité. Elles sont peu présentes à Quimper, mais cela peut contribuer à une pollution importante des paysages par le surnombre et l'l'hétérogénéité des supports présents.
Le RLP interdisait les enseignes sur clôtures non aveugles dans toutes les zones de publicité mais ne prévoyait rien pour les clôtures aveugles.
C'est donc un fort enjeu local à règlementer ce dispositif en termes de nombre et de surface.

2.3.7. Les enseignes installées sur toitures ou sur terrasse en tenant lieu
Ce type de dispositif est très peu présent sur le territoire de Quimper : quelques dizaines au plus. En général, moins de 10 m². Compte tenu de la topographie locale ce type d'enseignes peut avoir un

impact paysager majeur. C'est aussi une source de dangers lors de grandes tempêtes. Le RLP de 2000 a cherché à limiter l'impact paysager en réduisant la hauteur des lettrages ou des logos sur toitures.

2.3.8. Les enseignes lumineuses

Il peut s'agir d'enseignes lumineuses (avec source de lumière) ou numériques (sous-catégorie de ce type d'enseignes). Quelques enseignes numériques sont présentes sur le territoire, principalement pour les pharmacies. Dans les autres cas, on trouve des spots éclairants ou des caissons lumineux.
Quelques éclairages led sont présents sur certaines enseignes.

2.3.9. Les enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont implantées en zones d'activités ou à proximité d'opérations immobilières ou de travaux publics.
Elles sont soumises partiellement à la règlementation. La période d'installation fixée par le RNP est : trois semaines avant le début de la manifestation ou opération, et retrait une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou opération

2.4. Les objectifs

Dans le cadre de la révision de son règlement local de publicité, le conseil municipal de Quimper a validé, à l'unanimité, dans sa séance du 10 décembre 2020, les objectifs définis, rappelés ci-dessous :

- Objectif 1 : **tenir compte** des évolutions législatives et règlementaires apportées par la loi ENE et son décret d'application ;
- Objectif 2 : **décliner**, sur la base des possibilités offertes par le code de l'environnement, des règles adaptées au contexte quimpérois ;
- Objectif 3 : **traiter** des nouvelles formes de publicité émergentes depuis plusieurs années ;
- Objectif 4 : **mettre en cohérence** le RLP avec les objectifs de préservation, de valorisation du patrimoine bâti et des espaces publics définis par le site patrimonial remarquable ;
- Objectif 5 : **adapter son périmètre** à la cohérence de l'agglomération.

2.5. Les orientations

Le conseil municipal de Quimper a débattu le 9 décembre 2021 sur les orientations du futur règlement local de publicité ; huit orientations ont émergé.

- Orientation 1 : **encadrer** l'utilisation de la publicité en limitant le format et la densité des publicités en fonction des caractéristiques des zones de publicité et des axes structurants du territoire ;
- Orientation 2 : **encadrer** les dispositifs lumineux (notamment les dispositifs numériques) et instituer une plage d'extinction nocturne adaptée aux enjeux de la commune de Quimper ;
- Orientation 3 : **interdire** l'implantation de certaines enseignes peu qualitatives pour l'image du territoire (toitures, balcons...)
- Orientation 4 : **garantir** la qualité et la bonne insertion des enseignes en façade notamment en site patrimonial remarquable ;
- Orientation 5 : **maintenir** la publicité sur le mobilier urbain en site patrimonial remarquable en prenant en compte l'interdiction relative du code de l'environnement ;
- Orientation 6 : **limiter** et veiller à la qualité et à la bonne insertion des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol notamment en entrées de ville et en zones d'activités afin de maintenir l'attractivité de ces secteurs ;
- Orientation 7 : **encadrer** les enseignes sur clôtures ;

- Orientation 8 : **proposer** une réglementation spécifique pour les enseignes temporaires afin de limiter leur impact sur le territoire communal et renforcer la lutte contre l'affichage sauvage.

2.6. La justification des zones retenues

2.6.1. Les choix retenus en matière de publicité et préenseignes

2.6.1.1. Les zones de publicité

Cinq zones sont instituées sur le territoire communal, couvrant les zones agglomérées :

La zone de publicité n°0 (ZP0) couvre le cœur du centre historique (ZPOa) et les secteurs d'absolue interdiction, situés en agglomération (ZP0b).

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les parties agglomérées du SPR de la ville de Quimper situées en dehors de la ZP0.

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les parties agglomérées non comprises en ZO0, ZP1, ZP3 et ZP4.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les parties agglomérées de certains axes structurants de la ville de Quimper, listés ci-après :

- Boulevard de France
- Boulevard Louis le Guennec
- Boulevard de Créac'h Gwen
- Boulevard Flandres Dunkerque 1940
- Boulevard Gutenberg
- Boulevard d'Ergué-Armel
- Boulevard Président Allende
- Boulevard de la pointe du Van
- Boulevard de Poulguinan
- Avenue de Bécharles
- Avenue du Morbihan
- Avenue de Kerrien
- Avenue de Ty Bos
- Avenue de Ti Douar
- Route de Pont L'Abbé
- Route de Bénodet
- Route de Rosporden
- Route de Brest
- Route du Loc'h (en partie)
- Route de Ty Nay
- Route de Douarnenez (en partie)
- Route de Coray
- Route de Plogonnec (en partie)
- Route de Concarneau
- Rond-point de Poulguinan
- Rond-point de Ludugris
- Rond-point de Kerustum
- Rond-point Gutenberg

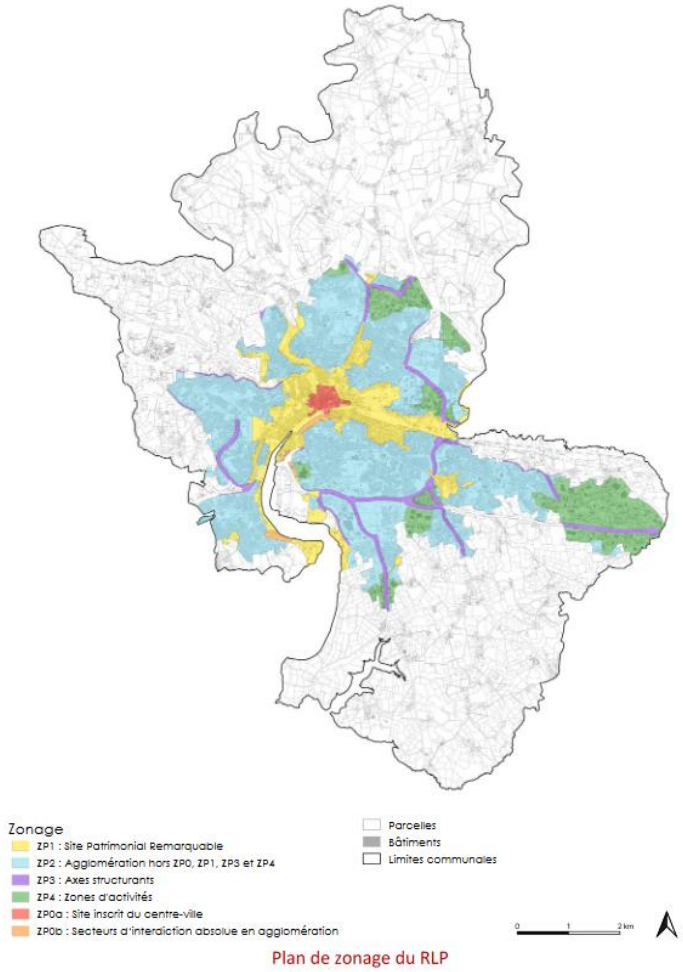
- Rond-point de Ti Douar
- Rond-point d'Ergué-Armel
- Rond-point de Tréqueffelec
- Rond-point du Moulin du Loc'h
- Rond-point de Bécharles
- Rond-point de Ty-Pont Kerroué
- Rond-point du Frugy
- Rond-point de l'Eau Blanche
- Rond-point Philippe Lebon
- Rond-point de Tréqueffelec
- Rond-point de Ti Douar
- Rond-point de la croix des gardiens

La ZP3 s'étend dans une bande de 35 m de part et d'autre de l'axe de ces voies.

La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les parties agglomérées des zones d'activités.

Ces zones permettent de prendre en compte la réalité patrimoniale et paysagère du territoire et contribuent à la préservation du cadre de vie.

Les secteurs en blanc sur les cartes constituent les espaces situés hors agglomération, où toute publicité est interdite conformément au code de l'environnement.



Plan de zonage du RLP

Les secteurs en blanc sur les cartes constituent les espaces situées hors agglomération, où toute publicité est interdite conformément au code de l'environnement.

Source RP p.70 : plan de zonage

2.6.1.2. Les dispositions générales en matière de publicités et préenseignes

Ces dispositions sont applicables dans toutes les zones :

- Publicité sur toiture interdite ;
- Publicité sur clôture aveugle interdite ;

Une dérogation à l'interdiction de la publicité est instaurée pour les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif.

Règles générales aux surfaces, hauteurs, densité, insertion dans le paysage :

- Les surfaces concernent la surface hors-tout des dispositifs, sauf si accessoires de mobilier, dans ce cas surface utile uniquement.
- Hauteur : 6 mètres ou 4,50 mètres pour la publicité numérique.
- Densité : règles du code de l'environnement dans toutes les zones sauf disposition contraire ;
- Insertion dans le paysage : recherchée par des dispositions esthétiques pour les pieds, les passerelles ; sont privilégiés les dispositifs muraux les moins impactants ;

- Réduction de la pollution lumineuse, de la préservation de la biodiversité pour réaliser des économies d'énergie.

Dispositions applicables par zone en matière de publicités et préenseignes :

ZP0	ZP1	ZP2	ZP3	ZP4
Toutes publicités et préenseignes interdites y compris mobilier urbain Dérogation : 0	Toutes publicités et préenseignes interdites Dérogation : mobilier urbain + avec ABF Surface : < 2 m² et 4,5 m h	seulement autorisés : dispositifs muraux et scellés < 8 m² mobilier urbain : 8 m² et 6m en h mob urbain numérique : 2m² et 4,5 m h bâches : 8 m²	reprise des protections du RLP de 2000 35 m de part et d'autre de l'axe central Toute publicité et préenseignes interdites sauf mob urbain : 8 m² et 6m en h mob urbain numérique : 2m² et 4,5 m h	plusieurs restrictions : dispositifs muraux et scellés au sol autorisés 8 m² mobilier urbain : 8 m² et 6m en h mob urbain numérique : 2m² et 4,5 m h harmonisation des formats recherchées pub numérique : 4 m² maxi densité : linéaire supérieur à 40 m : dispositifs pissibles inférieur à 40 m : interdiction linéaire supérieure à 100m : second dispositif autorisé

2.6.2. Les choix retenus en matière d'enseignes

2.6.2.1. Les dispositions générales en matière d'enseignes

Pour éviter des implantations impactant le paysage ou le patrimoine, les enseignes sont interdites : sur les arbres et les plantations, les toitures ou terrasses, les clôtures non aveugles, les garde-corps des balcons, portes fenêtres ou fenêtres, sur les fenêtres ou volets ; si elles dépassent l'allège ou le garde-corps de la fenêtre, porte-fenêtre ou du balcon du 1er étage (si l'activité se trouve en RDC) ; sur les auvents et marquises ;
Ces dispositions étaient déjà en place dans le précédent RLP.

Pour ne pas altérer la qualité architecturale, paysagère ou historique :
-les enseignes doivent prendre en compte l'harmonisation de la façade ;
-aucune enseigne ne peut obstruer totalement une fenêtre, vitrine ou baie ;
-lorsque l'activité a cessé, l'enseigne doit être supprimée et les lieux remis en état dans les trois mois de la cessation d'activité.

2.6.2.2. Les dispositions pour les enseignes parallèles au mur

En ZP0 et ZP1, les dispositions suivantes ont été élaborées par l'Architecte des bâtiments de France, en SPR :
-enseignes constituées de lettres, signes découpés ou peints, posées directement sur le mur sans fond ;
-Hauteur de lettrage : 30 cm ; épaisseur : 5 cm maximum, fixations incluses ;

2.6.2.3. Les dispositions pour les enseignes perpendiculaires au mur

En ZP0 et ZP1, les dispositions suivantes ont été élaborées par l'Architecte des bâtiments de France, en SPR :
-Hauteur maximale limitée à 80 cm ; largeur ne peut excéder 80 centimètres, fixations incluses ;
-1 seule enseigne perpendiculaire par établissement ; épaisseur ne pouvant excéder 5 cm ;

Dans les autres zones de publicité, hors agglomération, pour une bonne insertion dans le paysage :
-Les enseignes perpendiculaires ne peuvent excéder une hauteur de 1,50 m, fixations incluses, pour une largeur de 80 cm.

2.6.2.4. Les dispositions pour enseignes sur mur de clôture ou clôture aveugle

Ces enseignes, y compris temporaires, dont la surface excède 1 m² sont interdites. Une seule enseigne autorisée le long de chaque voie ouverte bordant l'immeuble. Ceci afin de réduire leur nombre et format sur le territoire. Sur des murs ajourés, elles altèrent la qualité du paysage.

2.6.2.5. Les dispositions pour enseignes de plus d'1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

En ZP0 et ZP1, ces enseignes sont interdites.

Dans les autres zones et hors agglomération, afin de limiter leur impact paysager :

-Lorsque plusieurs activités commerciales sont sur la même unité foncière, les enseignes doivent être regroupées sur une seule et unique enseigne partagée et localisée le long de la voie bordant l'unité foncière.
Leur hauteur est supérieure à leur largeur, elles doivent former un cadre rectiligne sans découpage ni rajout. Elles n'ont pas plus de 2 faces. En cas de double face, les faces doivent avoir une dimension identique.
Afin d'organiser une progressivité de leur impact sur les paysages, leurs dimensions sont les suivantes selon les zones ; ces règles sont reprises du RLP de 2000.

Zone de publicité	Hauteur au sol	Surface
ZP2	4m	4 m²
ZP3	6m	4 m²
ZP4	6m	6m²

2.6.2.6. Les dispositions pour enseignes de moins d'1m² ou égale à 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

Ces enseignes ne sont pas encadrées par la règlementation nationale. Elles le sont dans le cadre de ce RLP.

En ZP0, ces enseignes sont interdites.
Dans les autres zones de publicité et hors agglomération, leur nombre est limitée par tranche de 25 m de linéaire d'unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où s'exerce l'activité signalée. Cela permet d'éviter toute surcharge.
Leur hauteur est limitée à 1,50 m au-dessus du niveau du sol et leur largeur à 80 cm.

2.6.2.7. Dispositions pour les enseignes lumineuses

Le dossier précise que ces enseignes seront éteintes entre 23 h et 7 h, lorsque l'activité signalé a cessé et rappelle les prescriptions fixées par la loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique.

En ZP0 et ZP1, les dispositions nationales sont complétées par les interdictions fixées par l'Architecte des bâtiments de France :

- Interdiction d'enseignes composées d'éléments clignotants ou défilants,
- Interdiction des enseignes composées de tubes électroluminescents ou de caissons translucides, sauf croix des pharmacies, cabinets médicaux et vétérinaires ;
- Interdiction des enseignes numériques ;

En ZP2 et ZP3, les dispositions du code de l'environnement sont complétées par les dispositions locales suivantes :
-Interdiction des enseignes lumineuses composées d'éléments clignotants ou défilants et des enseignes numériques.

En ZP4, les enseignes numériques sont autorisées, mais limitées à une seule par établissement dans la limite de 2 m², cela de manière à préserver la biodiversité et économiser l'énergie.

3. La concertation préalable

La délibération du 10 décembre 2020 a prescrit les modalités de concertation suivantes :

- La mise à disposition du public en mairie d'un dossier dans lequel sont indiqués les objectifs poursuivis et un registre où toute personne intéressée pourra formuler ses observations ;
- La mise en ligne, sur le site internet de Quimper, du dossier et de l'état d'avancement de la procédure ;
- L'organisation de réunions publiques d'information ;
- L'organisation de réunion avec les publicitaires et enseignistes ;

3.1. Réunion avec les afficheurs et les enseignistes

Cette réunion s'est tenue le 21 avril 2022. Elle a réuni un enseigniste et huit afficheurs en présence des services et élus de la ville de Quimper. L'avant-projet du RLP a été présenté par le bureau d'études. Les participants ont présenté leurs arguments pour faire évoluer les règles de la publicité sur mobilier urbain, la règle de densité et de hauteur en ZP4, les formats. La plage d'extinction nocturne est évoquée pour la fixer à 23 h.

3.2. Réunion avec les commerçants

Cette réunion s'est tenue le 21 avril 2022. Elle a réuni 6 commerçants et artisans de la commune.
L'avant-projet du RLP a été présenté par le bureau d'études.
Différents points ont été abordés : l'affichage libre rappelé à la commune, l'interdiction des enseignes sur toiture, peu nombreuses sur le territoire, les enseignes temporaires sur toiture, les chevalets en centre-ville à réguler...

3.3. Réunion avec les Personnes Publiques Associées

Cette réunion s'est tenue le 22 avril 2022. Étaient présent : la chambre de commerce et d'industrie, le département et l'État (DDTM). En ouverture de séance, l'adjoint au maire en charge de l'urbanisme

rappelle la volonté de s'appuyer sur les acquis du RLP de 2000 qui a permis à la ville d'être relativement préservée de la publicité extérieure.
Les points suivants sont abordés : police en matière de publicité, le refus sur le domaine public des publicités, les limites d'agglomération, le contrat de mobilier urbain qui court jusqu'en 2029 (200 abris JCDECAUX), les banderoles dans les ronds-points pour des manifestations, les relais informations services et la signalisation d'information locale ; la possibilité de classer l'avenue du Morbihan en ZP4 ; les dispositions des enseignes en ZP0 et ZP1 ; les limites de la ZP3 sur une épaisseur de 35 m de part et d'autre de l'axe, les chevalets.

3.4. Réunion publique

Cette réunion publique s'est déroulée le 22 avril en mairie annexe de Kerfeunteun. Deux personnes présentes avec les services et les élus.

Différents thèmes ont été abordés, présentés par un membre de l'association Paysages de France : crainte d'un déploiement de la publicité en zone résidentielle, ZP3 protectrice d'un développement de la publicité, reprendre les acquis de l'ancien RLP. Quelle plus-value apporte ce nouveau RLP ?
Les chevalets et drapeaux, la vitrophanie.

3.5. Synthèse des contributions reçues

Les cinq contributions reçues par courrier, courriel ou registre, émanant du Conseil départemental, des sociétés SIGNALI, PUBLIPUB, Garage Nédelec, et Union de la Publicité Extérieure, figurent dans le dossier, dans le bilan de la concertation, sous forme de tableau, avec la réponse de la ville de Quimper.

Le conseil départemental demande une actualisation des limites de l'agglomération pour une meilleure lisibilité de l'application des zones de publicité et une simplification de la perception par les administrés.
Réponse : compte-tenu du délai prévisionnel de révision du RLP, l'actualisation des limites d'agglomération se traduit par une prise en compte de la réalité physique du bâti.
Le CD 29 demande également de clarifier la délimitation de la ZP3.
Réponse : la prise en compte a été effectuée.

Les professionnels de la publicité ont soulevé le problème de la réintroduction de la publicité en SPR au profit du mobilier urbain créant une rupture d'égalité entre opérateurs.
Réponse : les opérateurs peuvent déployer leurs dispositifs dans d'autres zones. Le Conseil d'État a rejeté cet argument.
Les professionnels estiment le seuil de 50 m linéaire en ZP4 trop important et demandent 30 m.
Réponse : la longueur d'unité foncière est proposée à 40 m.
PUBLIPUB soulève la question d'absence de règles dans les zones agglomérées non zonées de ZP1 à ZP4.
Réponse : ce sont les dispositions du code de l'environnement qui s'appliquent.
Publi pub demande des clarifications sur la zone ZP3.
Réponse : renvoi à la liste avant l'article P3.1 du projet de règlement : liste des axes structurants et d'une bande de 35 m de part et d'autre de la voie.
Publi pub demande comment sont traités les dispositifs recto-verso mixte ?
Réponse : seule une dizaine de dispositifs sont concernés.
Garage Nédelec : la société réagit quant à la limitation de la hauteur des publicités scellées au sol.
Réponse : il y a confusion entre la limitation de la hauteur des enseignes au sol prévues par le code de l'environnement.

Union de la Publicité Extérieure (UPE) : demande de ne pas règlementer spécifiquement par le RLP les bâches publicitaires et de s'en tenir au pouvoir du maire.
Réponse : le RLP permet de poser un cadre commun et de ne pas permettre un traitement au cas par cas.
UPE : demande une règlementation de l'affichage ferroviaire.
Réponse : le secteur de la gare est couvert par le SPR, pas de régime spécifique.

Le dossier présente les modalités de concertation employées pour informer le public :
- Articles de presse dans Ouest-France et le Télégramme ;
- Site internet de la ville de Quimper ;
- Panneau d'exposition présenté à l'accueil du service urbanisme.

3.6. Bilan de la concertation

Le bilan de la concertation a été présenté au Conseil municipal réuni le 23 juin 2022. Il a été rappelé que des demandes de modifications portent sur les thématiques suivantes : évolution de la règlementation sur les supports scellés et apposés directement sur le sol, panneaux publicitaires sur les axes structurants, plages d'extinction nocturne, longueur d'unités foncières, enseignes sur clôture. Certaines remarques ont été prises en compte.

Après en avoir délibéré, le conseil municipal a tiré le bilan de la concertation organisée et arrêté le projet de règlement local de publicité de la ville de Quimper. Il est précisé dans cette délibération du 23 juin 2022 que ce projet sera transmis pour avis, conformément au code de l'urbanisme, aux personnes publiques associées et à la CDNPS.

4. La composition du dossier

Le dossier concernant cette enquête publique est composé d'un ensemble de pièces sous chemise cartonnée comprenant six sous-dossiers numérotés de I à VI :

I. Notice explicative (19 pages)
   1. Contexte du projet
   2. Projet de règlement local de publicité
   3. Annexes :
      3.1. Décision du conseiller délégué du tribunal administratif du 12 septembre 2022
      3.2. Arrêté d'ouverture d'enquête du 26 septembre 2022

Premiers avis d'enquête publique du 3 octobre 2022 dans les journaux Télégramme et Ouest-France

      3.3. Bordereau d'ajout : Second avis d'enquête publique du 24 octobre 2022 dans les journaux Télégramme et Ouest-France

II. Registre d'enquête publique

III. Projet de règlement local de publicité (RLP) arrêté
   1. Tome 1 : Rapport de présentation (86 pages)
   2. Tome 2 : Partie règlementaire (25 pages)
   3. Tome 3 : 3 annexes (9 pages)

      Annexe 1 : liste des monuments historiques de la ville de Quimper
      Annexe 2 : plan de zonage et principales règles du RLP de 2000 (caduc depuis le 13/01/2021)

Annexe 3 : rappel du régime des autorisations et déclarations préalables

4. 1 Plan de zonage du RLP (format A0)

IV. Délibérations
1. Délibération du 10 décembre 2020 : lancement de la procédure (3 pages)
2. Délibération du 9 décembre 2021 : débat sur les orientations (3 pages)
3. délibération du 23 juin 2022 : arrêt du projet de RLP et bilan de la concertation (3 pages)

V. Avis des personnes publiques associées
1. Avis du Conseil régional du 7 septembre 2022 (1 page)
2. Avis de la CDNPS du 27 septembre 2022
   2.1. Lettre envoi de M. le préfet du Finistère du 10 octobre 2022 (1 page)
   2.2. Procès-verbal de la réunion de la CDNPS du 27 septembre 2022 (4 pages)
   2.3. Rapport du directeur départemental des territoires et de la mer à la CDNPS (4 pages)

VI. Bilan de la concertation préalable (25 pages)

5.Organisation de l'enquête

5.1. Phase préalable à l'ouverture d'enquête

5.1.1. Désignation de la commissaire enquêtrice

J'ai été désignée par le Conseiller délégué du tribunal administratif de Rennes par décision du 12 septembre 2022.

5.1.2. Préparation de l'enquête publique

Le 22 septembre 2022, réunion de concertation avec les représentants de la ville de Quimper : service urbanisme et élu en charge de l'urbanisme. Visite du centre-ville de Quimper.

Le 26 septembre 2022, arrêté de madame la maire de Quimper prescrivant l'ouverture de l'enquête publique du 18 octobre au 18 novembre 2022 à 17h00.

Le 30 septembre 2022, par appel téléphonique, je m'assure de l'affichage en mairies de quartier de Quimper.

Le 13 octobre 2022, paraphage du dossier d'enquête au service d'urbanisme de la ville de Quimper.

5.1.3. Publicité de l'enquête publique

Publicité règlementaire

L'information règlementaire a été respectée.
Par avis, dans les délais légaux, parus dans les pages d'annonces légales :
Ouest-France et Télégramme, édition du Finistère, des 3 et 24 octobre 2022.

Par affichage (format A2 fond jaune), comme le prévoyait l'arrêté municipal du 26 septembre 2022, article 6 : à l'hôtel de ville de Quimper, au service urbanisme et dans les différentes mairies de quartiers de Kerfeunteun, Penhars et Ergué-Armel.

L'avis a été mis en ligne sur le site internet de la ville de Quimper 15 jours avant l'enquête : https://w.w.w.quimper.bzh/

Publicité complémentaire
L'avis a été relayé sur les réseaux sociaux utilisés par la ville de Quimper.
Des affiches de l'avis ont également été apposées sur la porte de la médiathèque, du service « stationnement » de la ville, de la chambre des métiers et de l'artisanat, de la chambre de commerce.

5.2. Phase d'enquête publique

5.2.1. Déroulement de l'enquête

L'enquête publique s'est déroulée du mardi 18 octobre 2022 jusqu'au vendredi 18 novembre 2022 à 17h00, soit 32 jours consécutifs, conformément à l'arrêté d'ouverture d'enquête du 26 septembre 2022.

J'ai tenu 4 permanences, dans un bureau situé dans le hall de l'hôtel de ville de Quimper, conformément à l'article 8 de l'arrêté d'ouverture d'enquête.

Dates	Matin	Après-midi
Le mardi 18 octobre 2022		de 14h00 à 17h00
Le lundi 24 octobre 2022		de 14h00 à 12h00
Le samedi 5 novembre 2022	de 9h00 à 12h00	
Le vendredi 18 novembre 2022		de 14h00 à 17h00

5.2.2. Résumé des permanences

Première permanence, mardi 18 octobre, de 14h à 17h, bureau, rez-de-chaussée de l'hôtel de ville

Après vérification de la complétude du dossier, je reçois la visite d'un représentant de la société AFFIOUEST (groupe OUEST-France), qui me dépose après échanges sur le dossier, une lettre contenant diverses remarques sur le projet. Il m'annonce la sortie du décret du 17 octobre 2022 relatif à l'extinction des publicités lumineuses, liée aux tensions sur le réseau électrique et les alertes éco-watts. Il me déclare que la société AFFIOUEST emploie 10 personnes pour l'affichage à Quimper : de la pose des panneaux à l'affichage temporaire ; l'imprimerie est réalisée à Brest.

1 visite. 1 lettre (L1).

Deuxième permanence, lundi 24 octobre 2022, bureau, rez-de-chaussée de l'hôtel de ville

Après vérification du dossier, je reçois la visite d'un habitant de Quimper centre. Il considère que la publicité envahit Quimper et s'inquiète de la multiplicité des chevalets dans le centre-ville, particulièrement utilisés par la restauration, pour attirer des clients. Il reproche à la ville de ne pas donner l'exemple : des barrières métalliques avec banderole « Quimper rose » laissées sur place après la manifestation qui dénotent devant la façade de la mairie et du musée.
M.B. m'annonce le dépôt d'une lettre après lecture attentive du dossier.
1 visite.

Troisième permanence, le samedi 5 novembre 2022, rez-de-chaussée de l'hôtel de ville

Après vérification du dossier, je note la mise à disposition d'une observation arrivée par voie électronique (M1).
Je reçois la visite de la présidente de l'association « les vitrines de Quimper » pour un échange. Puis, je reçois la deuxième visite de M. B. qui remet une lettre.
2 visites. 1 lettre (L2).

Quatrième permanence, le vendredi 18 novembre 2022, rez-de-chaussée de l'hôtel de ville

Après vérification du dossier, je constate qu'ont été édités et mis à la disposition du public, avec leur date de dépôt, les observations reçues par voie électronique, depuis la dernière permanence. Il s'agit essentiellement des 19 courriels reprenant les thèmes avancés par Extinction Rébellion Quimper (voir M6).
D'autres contributions ont été jointes en provenance de l'architecte des bâtiments de France (M17), de SIGNALI (M22) et d'une autre personne, monsieur M. B. (M23).

je reçois, successivement les représentants des sociétés SIGNALI et PUBLI PUB, qui déposent chacun leurs observations par lettre ou dossier. Certaines lettres arrivées le matin par voie électronique sont complétées manuscritement. Le président de l'association APF Handicap 29 se présente et commente la lettre qu'il dépose. L'élue déléguée aux personnes en situation de handicap se présente pour un court échange. La présidente de l'association « les vitrines de Quimper » se présente, et après échanges, rédige une observation sur le registre.
7 visites. .4 lettres (L4, L5, L6, L7). 1 observation sur registre.

5.2.3. Visite sur place

Le 8 novembre 2022, j'ai visité à nouveau, accompagnée de Mme Véronique LE GOFF-LE CORRE, chargée de l'instruction des dossiers de publicité, d'enseignes et de la TLPE à Quimper, des secteurs du site patrimonial remarquable ; puis des zones de publicité, extérieures au centre, dont principalement les axes structurants (ZP3).
A l'occasion de cette visite, j'ai pu constater, place Saint-Matthieu, plusieurs chevalets regroupés mais éloignés des commerces dont ils sont une enseigne sur sol.

Puis, nous avons entrepris un grand tour de Quimper débutant par le boulevard Le Guennec, la D 34, la route de Bénodet, l'avenue Ty Bos (photo CE), Saint-Alor, la rue Charles Le Goffic, les zones d'activités du Petit Guélen , rue de Sainte- Anne de Guélen (ZA Grand Guélen), puis la route de Rosporden, en limite de Saint-Evarzec, ces dernières en zone ZP4. Nous avons poursuivi par l'avenue du Morbihan (4 voies qui n'existait pas en 2000), la zone d'activités de Kerdroniou, le boulevard de Gutenberg, la route de Coray, Kerfeunteun, la route de Pont-L'Abbé... Axes structurants prévus en zone ZP3.

Photo CE : avenue de Ty Bos, pénétrante venant de Concarneau, VD grande circulation

5.2.4. Clôture de l'enquête

L'enquête s'est achevée le 18 novembre 2022. Le registre d'enquête a été clos par mes soins à l'issue de cette dernière permanence.

5.2.5. Climat de l'enquête

L'enquête s'est déroulée dans un climat serein. Les participants qui désiraient rencontrer la commissaire enquêtrice ont été reçus dans de bonnes conditions en mairie de Lannion.

5.3. Phase postérieure à l'enquête publique

5.3.1. Remise du procès-verbal de synthèse des observations

Le 25 novembre 2022, j'ai remis et commenté le procès-verbal de synthèse des observations à Madame Jennifer ROUXEL-DESRUES, chargée de l'urbanisme règlementaire, représentant du maître d'ouvrage, Madame la maire de Quimper, au service urbanisme de la ville de Quimper, 10 rue Verdelet.

5.3.2. Réception du mémoire en réponse du maître d'ouvrage

J'ai reçu le mémoire en réponse par courriel le 7 décembre 2022 et par courrier postal le 10 décembre 2022.

Dans ce mémoire en réponse, le maître d'ouvrage a apporté des précisions au vu du procès-verbal et des questions posées par le commissaire enquêteur.

6. LES OBSERVATIONS DU PUBLIC

6.1. Bilan de l'enquête

J'ai reçu 11 personnes lors des quatre permanences tenues en mairie de Quimper.

Ont participé à l'enquête publique, les associations suivantes :

- L'Association APF France handicap, délégation du Finistère (L5)
- L'association « les vitrines de Quimper » (R3)

Ainsi que le syndicat professionnel :

- L'union de la publicité extérieure (L3)

Parmi les élus :

- L'élue du conseil municipal de Quimper déléguée aux personnes en situation de handicap (L7)

Des déposants appartenant ou proches du mouvement « Extinction Rébellion Quimper » ont déposé des observations reprenant des remarques similaires (voir M6).

Les 34 observations enregistrées se répartissent ainsi :

- 3 observations sur registre d'enquête : R1 à R3
- 7 observations par lettres ou notes : L1 à L7
- 23 observations par voie électronique : M1 à M23
- 1 observation orale : OO 1

1 doublon a été enregistré :

- M2 et M4

1 observation par voie électronique adressée par Mme M. T. à 17h15 hors délai, n'a pas été prise en compte.

Les avis sont partagés :

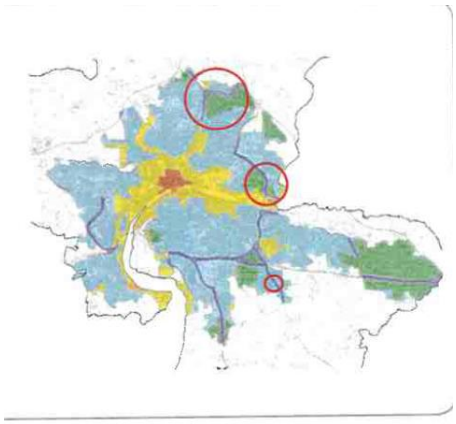
- Favorables ou favorables avec des réserves : 13
- Défavorables : 21

6.2. Synthèse des observations

		REGISTRE D'ENQUÊTE
R1	A.G. 18/10	Pour la société AFFIOUEST Après échanges avec la commissaire enquêtrice, dépôt d'une lettre.
R2	M.B. 24/10	Échanges avec la commissaire enquêtrice. Annonce du dépôt d'un avis après consultation complémentaire du dossier.
R3	Association Les vitrines de Quimper 18/11	L'association « les vitrines de Quimper » représentée par sa présidente, Mme G.C., demande la confirmation de ce qui a été dit lors de la réunion de concertation amont : **-L'autorisation pour chaque commerce de poser une enseigne au sol de moins d'un m² sur la voie publique devant sa façade ;** **-L'autorisation pour les commerces situés en étage d'installer sur la voie publique au niveau de l'entrée de leur commerce, une enseigne ;** **-Compte tenu de la configuration de la ville, pour certains commerçants situés dans les rues étroites, pentues ou excentrées ou peu visibles, d'installer une enseigne à l'entrée de la rue (ex : rue des Gentilshommes).** Demande que ces points soient précisés dans le nouveau règlement. -Compte tenu des difficultés économiques actuelles et à venir en 2023, demande la mise en place du RLP en 2024.

		LETTRES annexées au registre
L1	AFFIOUEST	Société AFFIOUEST, lettre déposée par M. A.G., directeur du patrimoine : La publicité par affichage extérieur est le seul média réglementé par le ministère de l'environnement. La volonté de QUIMPER est la préservation du cadre de vie. Rappel réglementation actuelle : - Loi ENE (2010 + décret 2012) - Loi Climat et résilience été 2021 et décret 5/10/2022 sur l'extinction des publicités lumineuses A constaté l'application des textes dans les villes et la dépose de panneaux pour rester en conformité sous contrôle du préfet et des maires. Ces panneaux permettent l'information des habitants sur leurs activités et évènements. À QUIMPER, 2/3 des dispositifs publicitaires sont disposés sur l'espace public (159 abris voyageurs et 107 mobiliers d'information), soit 266 dispositifs sur le domaine public contre 159 sur le domaine privé. Cette activité se déroule en harmonie avec les milieux urbains et la réglementation et représente plusieurs dizaines d'emplois sur l'agglomération. Pour l'efficience environnementale : labellisation RSE, papier issu de forêts FSC, encres végétales... L'activité répond aux attentes environnementales. Il est même possible aux annonceurs de mesurer l'empreinte carbone d'une campagne pour la compenser. **Quimper souhaite remettre en cause cet équilibre en restreignant l'affichage extérieur : à l'application du RLP, 100 % des panneaux situés sur les axes de la ZP3 ne seront plus en conformité.** Restera comme seul média : écrans (ordinateurs, tablette, smartphone, d'où serveurs à la localisation inconnue, consommation énergétique ...) et impacts à court, moyen et long termes importants sur le climat... Les questions de consommations énergétiques se posent. Pourquoi la restriction ne touche-t 'elle uniquement que le domaine privé en autorisant le mobilier urbain en ZP1 et ZP3 ? N'y a-t'il pas une distorsion de concurrence ? L'opérateur ayant la délégation de service public va se retrouver en position de monopole ; contraire à l'article 420-1 et 420-2 du code du commerce. **D'accord pour revoir l'implantation géographique des panneaux et la réduction de leur format à 8m² d'affichage.** **Demande le maintien de l'affichage sur les axes structurants (ZP3)** Les entreprises de Quimper sortent de mois difficiles (confinement, télétravail, hausse coût de l'énergie, pénurie de composants). Ce règlement risque d'impacter en plus des afficheurs et sous-traitants tout le bassin économique quimpérois.
L2	M.B. 5/11	Lettre remise en main propre au CE lors de la permanence du samedi 5 novembre 2022 : Constate la prolifération de chevalets dans le site patrimonial remarquable et le déplore. Non commerçant, ne perçoit pas les intérêts des commerçants, laisse aux édiles le soin de faire la part des choses. Bravo s'il y a un suivi en centre-ville. Quid des chevalets Ouest-France et Télégramme, du petit train, laid et encombrant et véritable machine publicitaire ; quid des panneaux « à vendre » ou « à louer » si nombreux ; des banderoles au pied du Frugy près de l'ancien office du Tourisme ;

		annonces pour les restaurants là où on consultait le panneau à l'entrée du restaurant ; Quid des verrues visuelles : stands sur la place Saint-Corentin, panneaux lumineux quai Dupleix concernant la vitesse ; manège à quelques centimètres du portail de la cathédrale ? La ville est un beau théâtre urbain ; Tout en travaillant à la sauvegarde de la pollution publicitaire et visuelle, la vile doit donner l'exemple.
L3	UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE UPE 8/11	Le syndicat professionnel, Union de la publicité extérieure (UPE), représentée par son président, envoi d'une lettre et d'un dossier de 16 pages en pièce jointe. Lettre : L'UPE est un syndicat professionnel qui regroupe les principaux opérateurs du secteur de la publicité extérieure. Il présente des demandes d'aménagements réglementaires pour obtenir un compromis satisfaisant entre protection du cadre de vie et dynamisme économique et commercial. Cette obligation de conciliation est imposée par le code de l'environnement. Les propositions présentées sont plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L 581-14 du code de l'environnement. Document en 3 parties : 1.Présentation de la communication extérieure, préalable indispensable pour comprendre les enjeux des règles contenues dans un RLP ; 2.Rappeler les grands principes applicables aux RLP ; 3. Contribuer à la procédure de révision du RLP de Quimper ; 1.La communication extérieure est un outil de communication locale et régionale. C'est un média de proximité. La publicité par internet renforce la position dominante des GAFAM. C'est un média accélérateur de la transition écologique : labels ; encres végétales, matériaux recyclables... Engagements pris de réduction de l'empreinte carbone. c'est un investissement local, notamment à Quimper : 23% des investissements publicitaires locaux, 2eme média derrière la PQR. Le secteur des loisirs et du tourisme est le deuxième utilisateur (33,8%), après la décoration et le bricolage (37,5 %); 1518 annonceurs locaux communiquent par cette publicité. À Quimper, l'implantation se concentre essentiellement sur les axes et les zones d'activités économiques. II. Les objectifs d'un RLP : adapter les règles nationales aux enjeux locaux, possibilité de réintroduire de la publicité dans les zones d'interdiction relative ; devoir de s'adapter aux évolutions de l'urbanisation et des technologies ; devoir d'être lisible et source de sécurité juridique. III**. Propositions de l'UPE sur le projet de RLP de Quimper** : sur le zonage : La contribution UPE rappelle le plan de zonage et la légende des 5 zones de publicité et reproduit le plan avec la zone n°0 divisée en a et b. *sur les bâches publicitaires* : Rappel les articles P2.4, P3.4 et P4.4 et conteste la limitation de la surface des bâches à 8 m². Proposition : soumettre les bâches à la réglementation nationale suffisante car le maire a un pouvoir d'appréciation au cas par cas (art. L581-9 du code de l'environnement). *sur la ZP3* : Le projet de RLP interdit les dispositifs publicitaires (Art P3.1 et P3.2) Problématiques : certains axes en ZP3 traversent ou longent des zones d'activités économiques en zones urbanisées. Zones à forte audience. Communication de proximité (pré enseigne).

		Proposition : voir plan ci-dessous  **Source : dossier UPE p.14** Demande d'autorisation en ZP3 et ZP4 : route de Ty Boss dans la partie commerciale route de Coray, rond-point Le Bon, avenue Allende Zone commerciale nord. Précision : la règle de densité définie en zone 4 doit permettre une maîtrise de la présence publicitaire. *Sur le domaine ferroviaire en gare, y compris parvis* Propositions : Pour les dispositifs visibles depuis une voir ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis, les règles pourraient être les suivantes : . aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ; . autorisation des dispositifs publicitaires numériques scellées au sol et muraux dans un format d'affiche de 2 m².
L4	SIGNALI	SIGNALI, acteur de publicité extérieure depuis de nombreuses années à Quimper représentée par M. E. L.. Dénonce le domaine réservé au concessionnaire de mobilier urbain publicitaire. Le projet de RLP fait perdre la moitié des positions et plus de 60% de son CA sur la ville. Note, qu'après concertation, la seule concession porte sur la densité en ZP4 avec une exigence linéaire ramenée de 50m à 40m, ce qui ne change quasiment rien. Demande de ramener le linéaire à 30 m, les zones d'activité ayant particulièrement vocation à recevoir de la publicité. A remplacé le mode d'éclairage par trivision par des matériels typés « mobilier urbain ». Considère qu'il n'y a donc plus de différence entre les dispositifs privé et mobilier urbain, et donc rien ne justifie de privilégier à ce point le mobilier urbain. Ne comprend pas que la ville de Quimper recommande des dispositifs muraux, plutôt que des dispositifs scellés ou installés au sol afin de limiter l'impact sur l'environnement : étonnant sachant que la totalité des mobiliers urbains sont scellés au sol ! Estime que des possibilités d'installation format 2m² devraient être rétablies sur emplacements privés. Principale préoccupation : zone ZP3 avec interdiction totale de publicité ; 40 axes sont listés associés à une profondeur de 35m de part et d'autre des parties de zones d'activités traversées. Constate le monopole absolu du mobilier urbain sans justification environnementale.

		Les libertés laissées en ZP2, peu porteuse commercialement, ne peuvent faire illusion. Rappel l'avis du Conseil d'État n°223645 du 22/11/2000 : un RLP doit prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence ... Référence au rapport de présentation (p.32) et dénonce un projet de règlement qui mène vers l'abus de position dominante. Demande à minima que la publicité sur emplacements privés, portatifs et muraux, soit réintroduite en ZP3 et que les zones d'activités classées en ZP3 soient reclassées en ZP4. Ce qui n'enlève rien aux possibilités d'implantation de mobilier urbain à la discrétion de la ville de Quimper. *C'est une question d'équilibre au regard des objectifs de la réglementation de l'affichage qui ne sont pas respectés*. Précise qu'il est possible pour Signali de remplacer par du matériel de qualité mobilier urbain ceux qui ne le seraient pas déjà et toute nouvelle installation. En annexes jointes : 3 photos légendées. Cette lettre est complétée de 2 notes manuscrites en marge, qui ne figurent pas sur la lettre adressée par voie électronique M 22. Page 2 de la lettre (texte manuscrit) : *voir aussi p 32 du rapport de présentation, paragraphe 5 « les publicités, préenseignes supportées par le mobilier urbain, abris destinés au public : 159 faces publicitaires + 107 faces publicitaires sur mobiliers d'information locale, soit ao total : 266 faces publicitaires ».* Page 4 de la lettre (texte manuscrit » : « *nous sommes prêts sur tous secteurs où nous pourrons installer ou maintenir des panneaux, à remplacer, par du matériel de qualité mobilier urbain, ceux qui ne seraient pas déjà et toute nouvelle implantation le sera systématiquement ».* En annexe : 3 photos jointes à titre d'illustrations des arguments en annexes 1 et 2.
L5	association APF	L'association APF France Handicap, délégation du Finistère, représentée par son président, M. Th. D. transmet l'observation suivante après concertation avec les adhérents : Sur les enseignes et pré-enseignes posées au sol et de taille inférieure à 1m² : En l'absence de réglementation nationale, souhaite que le RLP stipule que ces enseignes soient disposées de manière à laisser un passage d'1,40 m libre de tout obstacle sur les trottoirs et les parties roulantes des rues piétonnes du centre-ville.
L6	PUBLI PUB	PUBLI PUB Affichage, après échange avec la commissaire enquêtrice, dépose une lettre en date du 15/11/2022 : Signale les incohérences tant sur la forme que sur le fond du projet de RLP : -Rien de justifie que le SPR de Quimper puisse échapper aux règles applicables sur le territoire national « pas de publicité sur le mobilier urbain » ; un tel type de décision pour le SPR de Quimper rendrait le RLP attaquable en justice ; -Défaut d'égalité de traitement : ce qui est autorisé pour le mobilier urbain, donc sur domaine public, serait interdit sur domaine privé. La jurisprudence est claire sur cette rupture d'égalité. Les règles sont « à géométrie variable » selon qu'il s'agit de mobilier urbain ou de dispositifs publicitaires installés sur des terrains privés, en termes de format par exemple : dans les mêmes ZPR, 8 m² pour le mobilier urbain et 4m²

		pour le domaine privé. En matière de densité : rien n'interdit d'avoir plusieurs dispositifs côte à côte sur le domaine public en contradiction avec le code de l'environnement. Sujets non abordés : -Les zones agglomérées « blanches » (sans couleur) du plan de zonage qui dans le RLP actuel appartiennent à la ZP4 ; cette réflexion concerne les zones bâties. -Les axes structurants de la ZP3 sont-ils les seuls territoires stricto sensu interdits aux dispositifs scellés au sol ou s'agit-il des terrains bordant ces axes, qui appartiennent à la ZP2 ? Sur quelle profondeur ? Pour les enseignes, les 6 m², surface utile ou matériel compris ? Problème du recto-verso enseigne – panneau publicitaire de 10,5 m² ? En ZP4, les dispositifs portatifs seraient autorisés à raison d'un dispositif par unité foncière de plus de 50m : c'est une interdiction déguisée. Il manque une étude d'impact dans ce projet : - Sur le montant des recettes municipales liées à la TPLE, - Chiffres d'affaires des afficheurs, emplois, recettes fiscales, - Loyers versés aux propriétaires ; La publicité extérieure est le seul média, avec la presse locale, proportionné aux commerces locaux ; en 10 ans, baisse de 50% des dispositifs publicitaires du fait des normes (13 évolutions normatives en 12 ans). Les emplois de cette activité ne sont pas délocalisables. D'accord avec la proposition de l'UPE sur la zone ZP3 en y ajoutant la route de Bénodet. 1 chemise cartonnée à 3 volets (6 pages) avec des photos illustrées est jointe à la lettre déposée.
L7	Élue de Quimper	Contribution de Mme F.R., élue déléguée aux personnes en situation de handicap à Quimper : La voirie constitue un bien commun de tous les citoyens et son accessibilité à toute personne à mobilité réduite est une problématique publique majeure. Souhaite que les bandes roulantes du centre-ville piétonnier, les trottoirs deviennent accessibles pour tous.
		Observation orale
OO 1	SIGNALI	Problème particulier de la partie sud de Quimper qui comprend des grandes surfaces, dont Castorama et But. Tout l'espace sud de Géant serait impacté par le nouveau RLP. Il y a bien un bois mais plus loin de l'axe qui est essentiellement commercial.
		Mails
M1	B.G. 26/10	la publicité incite à consommer or nous devons réduire nos consommations, acheter mieux, afin de réduire l'impact climatique. La publicité doit disparaître de nos villes. Seul l'affichage à vocation informative a une raison d'être.

		Les panneaux publicitaires, enseignes lumineuses et clignotantes représentent une nuisance visuelle pour l'humain et des perturbations pour les animaux.
M2	M.A. 6/11	L'urgence climatique devrait nous contraindre à réduire notre empreinte environnementale afin d'éviter un déséquilibre climatique. Nous devons agir à l'échelle locale. publicité : média promoteur d'un système capitaliste consumériste détériorant l'environnement, la biodiversité, la sante et nos capacités de résilience aux évènements climatiques futurs. Pour réduire notre empreinte écologique à l'échelle territoriale locale : -arrêt de l'affichage publicitaire et remplacement des panneaux par des arbres ; Dans cette attente : -extinction complète des publicités lumineuses et numériques pour réduire l'impact visuel sur la population et la pollution lumineuse sur espèces nocturnes ; -interdiction des publicités et services ayant un impact négatif sur l'environnement et l'humain ; -mise en avant de produits et services locaux responsables écologiquement sans pub mensongère ou greenwashing ; -promotion de l'affichage associatif, culturel et citoyen.
M3	J.B. 6/11	Même texte que M2.
M4	M.A. 6/11	Doublon avec M2.
M 5	E. 6/11	Même texte que M2.
M6	X.R.Q 6/11	Même texte que M2 rajout : nous recommandons à la municipalité de s'inspirer de ce qui se fait dans d'autres villes de France, et notamment Grenoble, sur la réduction des affichages publicitaires.
M7	L.K. 7/11	Même texte que M2
M8	LV 7/11	La place de la publicité est un vecteur d'une idéologie consumériste qui n'a plus sa place dans nos villes à l'heure des économies d'énergie et de la transition écologique. Les municipalités ont, par leur pouvoir de régulation, un rôle à jouer dans la limitation de la publicité dans l'espace publique. . Affichage trop dense à Quimper y compris dans le centre historique. . Publicité à faire disparaître dans le SPR car antithèse de la valorisation du patrimoine. . Les messages à fort impact environnemental, dégradants pour la santé ou pour l'image de personnes doivent être interdits. . Privilégier l'affichage associatif, culturel servant les initiatives locales. . Pas de panneaux lumineux la nuit, ainsi que vitrines et enseignes. . Pollution lumineuse néfaste pour faune et flore.

		. Idem pour les affichages numériques à vocation publicitaire ou de communication publique.
M9	R.I. 7/11	Pour l'interdiction des publicités et remplacement par arbres. Interdire toutes enseignes et faire respecter la loi.
M10	Erg 7/11	Même texte que M2
M11	F.G. 8/11	Même texte que M2
M12	L.G. 8/11	A l'heure où les forêts brulent plus vite qu'elles ne poussent, à l'heure où c'est l'été en octobre, à l'heure où les lacs sont à sec, à l'heure où les oiseaux désertent le ciel, à l'heure où les insectes disparaissent de notre planète et à l'heure où les océans se vident de leurs poissons, nous avons le choix ! Continuer à surconsommer des produits inutiles... ou bien arrêter de prendre des décisions néfastes pour notre environnement et changer de paradigme. Comme les mairies de Grenoble ou Mordelles, soyez une mairie du futur, refusez de foncer droit dans le mur ! Interdisez la publicité dans notre agglomération ! Remplacez le béton et les écrans par des arbres ! C'est tout de suite qu'il faut agir, nous n'avons plus le temps ! J'attends un enfant, j'espère que nous pourrons lui laisser l'occasion de s'abriter sous un arbre... Un panneau ou un écran ne se mangent pas, ne retiennent pas l'eau et n'apportent pas de fraîcheur. Le capitalisme et la destruction du vivant ne sont pas une fatalité, ce sont des choix.
M13	E.H. 8/11	même texte que M2
M14	A.B. 9/11	même texte que M2
M15	A.V. 10/11	Signale l'affichage publicitaire sur l'abri de bus « Foch », avenue de la France Libre. Cet affichage obstrue la visibilité de la circulation du sens « descendant vers la ville » pour les véhicules essayant de sortir de la rue Maréchal Foch ; impliquant que les véhicules s'avancent sur la voie en pleine circulation... Dangerosité pour tous les types de véhicules (vélos, VL... Risques dus à une installation publicitaire opaque à cet endroit très passant. La sécurité de tous passe par une bonne visibilité.
M16	M.B. 12/11	même texte que M2
M17	ABF 14/11	Madame l'architecte des Bâtiments de France suggère la suppression de la référence au garde-corps de la fenêtre du premier étage pour ne conserver que la notion d'allège. Les enseignes drapeau notamment ne doivent pas s'aligner à la hauteur d'un garde-corps mais à une allège pleine ou à l'appui de baie. La lisse d'un garde-corps d'un balcon est trop haut en façade en général.

M 18	G.L. 15/11	Difficile de mesurer la différence entre l'actuel RLP et le projet. Note la vigilance sur le développement de la publicité, le format et la densité. La réintroduction de la publicité en SPR au seul profit du mobilier urbain entraîne une distorsion de concurrence entre l'attributaire du marché sur le domaine public et les autres opérateurs sur les propriétés privées. Inégalité d'accès à la promotion commerciale de tel ou el produit. Il aurait pu être mis en débat l'interdiction de toute publicité sur les abris bus quelle qu'en soit la zone. La société DECAUX procure un avantage à la collectivité mais ne peut-on pas le remettre en question ? Rupture ou non renouvellement du contrat à terme du contrat DECAUX ? La publicité est prescriptive et oriente les désirs. Elle entretient une consommation excessive et doit être fortement régulée. Nombre de citoyens et citoyennes ont conscience de l'urgence des changements à opérer dans nos modes de vie consumériste en raison d'enjeux environnementaux inédits. Regrette que cette révision du RLP limite peu la présence de la publicité. Regrette les publicités sexistes sur les abris de bus fréquentés par les jeunes pour se rendre à l'école : pollutions rétrogrades.
M 19	S.A.F. 15/11	Juge primordial de supprimer la publicité pour des raisons de sobriété au sens large. À remplacer par des arbres qui ont un impact positif sur la biodiversité et sur le réchauffement climatique.
M 20	L.L. 16/11	Les écrans publicitaires particulièrement vidéos défigurent l'espace urbain. Dangereux pour la conduite automobile. Souhaite La disparition de l'espace public de la publicité sauf pour évènements locaux et d'intérêt général. Interdiction pour ceux qui vont à rebours de l'intérêt général fast food et fast fashion.
M 21	F.G. 16/11	Dans le contexte de sobriété imposée cet hiver, il serait logique d'éteindre les affichages la nuit. Dans une démarche de réduction de la « surconsommation » qui va de pair avec la transition écologique où le pays est engagé, Il faut remplacer les publicités par des affichages d'évènements culturels et associatifs utiles socialement et moins impactant pour l'environnement.
M 22	SIGNALI 18/11	Société SIGNALI Voir lettre L4 remise en main propre lors de la dernière permanence par M. E. L.
M 23	M.B.	SIGNALI, acteur de publicité extérieure depuis de nombreuses années à Quimper représentée par M. E. L.. Dénonce le domaine réservé au concessionnaire de mobilier urbain publicitaire. Le projet de RLP fait perdre la moitié des positions et plus de 60% de son CA sur la ville. Note, qu'après concertation, la seule concession porte sur la densité en ZP4 avec une exigence linéaire ramenée de 50m à 40m, ce qui ne change

		quasiment rien. Demande de ramener le linéaire à 30 m, les zones d'activité ayant particulièrement vocation à recevoir de la publicité. A remplacé le mode d'éclairage par trivision par des matériels typés « mobilier urbain ». Considère qu'il n'y a donc plus de différence entre les dispositifs privé et mobilier urbain, et donc rien ne justifie de privilégier à ce point le mobilier urbain. Ne comprend pas que la ville de Quimper recommande des dispositifs muraux, plutôt que des dispositifs scellés ou installés au sol afin de limiter l'impact sur l'environnement : étonnant sachant que la totalité des mobiliers urbains sont scellés au sol ! Estime que des possibilités d'installation format 2m² devraient être rétablies sur emplacements privés. Principale préoccupation : zone ZP3 avec interdiction totale de publicité ; 40 axes sont listés associés à une profondeur de 35m de part et d'autre des parties de zones d'activités traversées. Constate le monopole absolu du mobilier urbain sans justification environnementale. Les libertés laissées en ZP2, peu porteuse commercialement, ne peuvent faire illusion. Rappel l'avis du Conseil d'État n°223645 du 22/11/2000 : un RLP doit prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence ... Référence au rapport de présentation (p.32) et dénonce un projet de règlement qui mène vers l'abus de position dominante. Demande à minima que la publicité sur emplacements privés, portatifs et muraux, soit réintroduite en ZP3 et que les zones d'activités classées en ZP3 soient reclassées en ZP4. Ce qui n'enlève rien aux possibilités d'implantation de mobilier urbain à la discrétion de la ville de Quimper. *C'est une question d'équilibre au regard des objectifs de la réglementation de l'affichage qui ne sont pas respectés*. Précise qu'il est possible pour Signali de remplacer par du matériel de qualité mobilier urbain ceux qui ne le seraient pas déjà et toute nouvelle installation. En annexes jointes : 3 photos légendées. Cette lettre est complétée de 2 notes manuscrites en marge, qui ne figurent pas sur la lettre adressée par voie électronique M 22. En annexe : 3 photos jointes à titre d'illustrations des arguments en annexes 1 et 2.

6.3. Les propositions du public

1. Maintenir les enseignes posées au sol devant les façades, en entrée de rue pour les commerces excentrés ainsi que pour les commerces situés en étage, dans le SPR ; (Les vitrines de Quimper, R3)
2. Reporter l'application du RLP en 2024 compte-tenu de la situation économique actuelle ; (Les vitrines de Quimper, R 3)
3. Maintenir l'affichage en ZP3 (axes structurants) ; (Les afficheurs)
4. Étudier la proposition avec plan de l'UPE concernant les axes en ZP3 et la zone ZP4 : route de Ty Boss, dans la partie commerciale, route de Coray, rond-point Lebon, avenue Allende, zone commerciale Nord y compris route de Bénodet (demande supplémentaire de Publi Pub) ; (L'union de la publicité extérieure L3 et Publi Pub L6))
5. Ramener le linéaire à 30m dans la zone ZP4 ; (SIGNALI L4)

6. Autoriser des dispositifs publicitaires sur le domaine ferroviaire en gare y compris sur le parvis ; (UPE L3)
7. Proposer le changement de matériel par du matériel qualité mobilier urbain en ZP3 ; (SIGNALI L4)
8. Soumettre les bâches publicitaires à la réglementation nationale ; (UPE L3)
9. Respecter un passage de 1m40 libre de tout obstacle sur les trottoirs et parties roulantes des zones piétonnes ; (APF France Handicap L5)
10. Supprimer toute publicité à remplacer par un simple maintien de l'affichage associatif, culturel et citoyen ; (Extinction Rébellion Quimper M6)
11. S'inspirer des modèles de Grenoble et Mordelles sur la limitation des affichages ; (ERQ M6)
12. Remplacer l'ensemble des panneaux sur le domaine public par des arbres ; (ERQ M6)
13. Réglementer l'extinction de l'affichage lumineux la nuit, dans le contexte de sobriété énergétique imposé cet hiver ;
14. Moduler la tranche horaire de l'affichage lumineux selon les saisons ;

7. Les avis des personnes publiques associées

Ont été consultées par lettres recommandées avec accusé de réception du 4 juillet 2022 :

- Le préfet du Finistère
- Le président du Conseil régional
- Le président du Conseil départemental
- La commission départementale de la nature, des paysages et des sites
- La maire et présidente de l'agglomération de Quimper
- La présidente du Symescoto
- Le président de la chambre de commerce et d'industrie
- La présidente de la chambre des métiers et de l'artisanat
- Le président de la chambre d'agriculture
- La présidente du parc naturel régional d'Armorique
- Le directeur du centre régional de la propriété forestière
- La SNCF service immobilier, direction immobilière territoriale Centre ouest
- La directrice de l'institut national de l'origine et de la qualité

Le conseil régional de Bretagne a répondu par lettre du 7 septembre 2022 réceptionné en mairie de Quimper le 12 septembre :
Le conseil régional expose son engagement dans l'écriture du projet de développement durable de notre région pour 2040, avec toutes les collectivités, acteurs économiques, associations, citoyens de Bretagne
Il rappelle l'adoption, le 16 mars 2021, du schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires (SRADDET), volet règlementaire de la démarche Breizh Cop.
Les schémas de Cohérence Territoriaux (SCOT) de Bretagne devront désormais prendre en compte les objectifs du SRADDET, et être mis en comptabilité avec ses règles générales, et ce dès leur prochaine révision. Il revient au SCOT, en tant que document pivot, d'intégrer et territorialiser les documents de planification supérieurs (dont le SRADDET) vers les plans locaux d'urbanisme communaux ou intercommunaux (PLU-I) et les documents en tenant lieu.
Toutefois, dans la continuité des engagements volontaires et partagés pour le développement durable de la Bretagne pris par les collectivités dans le cadre de la démarche Breizh COP, et au regard des enjeux posés pour la Bretagne, nous vous invitons à anticiper et intégrer dès aujourd'hui les objectifs

et règles générales du SRADDET dans l'élaboration ou la révision de votre plan local d'urbanisme ou intercommunal (PLU-I). Cette prise en compte, bien que non obligatoire, est tout à fait possible et peut intervenir avant même l'élaboration ou la révision du SCOT de votre territoire, en avance de phase sur la déclinaison réglementaire des objectifs de la Breizh COP ;
L'engagement des collectivités et établissements publics par les documents d'urbanisme et de planification est central pour atteindre les objectifs de la Breizh COP à l'échelle régionale.

Le préfet du Finistère a transmis à madame la maire de Quimper, le 10 octobre 2022 :
Le procès-verbal de la réunion de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) qui s'est tenue le 27 septembre 2022.
Y était joint le rapport du directeur départemental des territoires et de la mer, présenté à cette réunion et figurant dans le dossier d'enquête.

La CDNPS a émis un avis favorable au projet sous réserve de faire évoluer le règlement en fonction des observations présentées au cours de la réunion.

Avis du rapporteur (DDTM) :

Sur la forme :

- **Concernant la zone ZP0**
  Il préconise de ne pas distinguer une ZPOa (cœur historique) et ZP0b (sites classés) en agglomération, comme présenté dans le rapport de présentation, alors que le règlement indique une ZP0 uniquement. Il conviendra de mettre les documents en concordance.
- **Concernant l'échelle du plan de zonage**
  Le règlement prévoit des dispositions s'appliquant à l'ensemble de la ZP0. Dans un souci de clarté, il semble préférable de prévoir un plan de zonage indiquant la zone ZP0 sans sous-zones.
  Il préconise de représenter le zonage sur un plan à plus grande échelle (nb : *ceci a été réalisé pour l'enquête publique).*
- **Concernant les limites de l'agglomération**
  Il ressort du plan fixant les limites de l'agglomération que l'espace aggloméré de la commune est sur certains secteurs du territoire, bien plus étendu que les limites résultat des arrêtés municipaux de 1963 et 1979 joints au dossier. Une mise en cohérence est souhaitable.

Sur le fond :

- **Concernant l'interdiction de publicité et les dérogations dans la zone ZP0**
  Le projet de règlement déroge à l'interdiction de publicité à l'intérieur des agglomérations dans certains lieux protégés mentionnés à l'article L.581-8 du code de l'environnement. Il l'autorise ainsi dans le périmètre du site patrimonial remarquable, conformément à l'orientation 5 de la délibération du conseil municipal du 9 décembre 2021. Mais le rapport de présentation ne justifie cette dérogation que pour les emplacements destinés à l'affichage d'opinion et aux activités des associations, et reste muet sur la publicité sur mobilier urbain (p.71 et suivantes). A la lecture des dispositions générales (p.8 du règlement), l'article P2, prévoyant ces dérogations pour la publicité supportée par le mobilier urbain, semble s'appliquer à l'ensemble des zones de publicité alors que le règlement spécifique de la zone ZP0 l'interdit (p.10). Il conviendrait donc de préciser en page 8 que la dérogation s'applique dans toutes les zones « sauf dispositions contraires du présent règlement ».

- **L'Architecte des bâtiments de France** demande que, dans le cadre du projet de vélo-route, cette liaison soit placée en ZP0. Il souhaite aussi que les enseignes numériques soient

règlementées quant à leur mode d'émission de la lumière (intensité, effets stroboscopiques, qualité des pixellisations...).

- **Concernant les bâches de chantier sur les échafaudages :**
  il conviendrait de préciser si leur installation est interdite selon la zone ou soumise à règlementation particulière.

- **Concernant les enseignes apposées sur des vitrines ou des baies :**
  L'indication « ne peut obstruer totalement est trop évasive et délicate à appliquer. Il serait préférable de fixer un pourcentage maximal à ne pas dépasser en fonction de la surface de la vitrine ou de la baie ».

- **Concernant les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, de moins d'un 1 m² :**
  Ces enseignes doivent satisfaire à des règles de densité et de hauteur en ZP2, ZP3 et ZP4. Toutefois en ZP1, elles sont autorisées sans condition d'installation.
  Pour ne pas porter atteinte au site patrimonial remarquable, il est souhaitable d'interdire ces dispositifs comme en ZP0 ou du moins d'en limiter le nombre.

8. Les questions de la commissaire enquêtrice

Ces questions figurent à la fin du procès-verbal de synthèse des observations du public remis le 25 novembre en main propre au maître d'ouvrage :

1. Le rapport de présentation et le plan de zonage distinguent une ZP0a et une ZP0b au cœur du centre historique ; Ces deux sous-zones seront-elles conservées ou supprimées ?

2. Le rapporteur à la CDNPS déclare que l'espace aggloméré de la commune est sur certains secteurs bien plus étendu que les limites résultant des arrêtés municipaux de 1963 et 1979 joints au dossier et conclut : « une mise en cohérence serait souhaitable ». Quels critères qualitatifs et quantitatifs avez-vous appliqué pour délimiter l'agglomération ?

3. Dans le dossier de présentation, le plan de zonage du RLP de 2000 (caduc depuis le 13 janvier 2021) comprenait l'indication de la limite de l'agglomération (voir tome 1, rapport de présentation, page 81). Le plan de zonage du projet de RLP (tome 3, annexes p.9) ne comprend pas la limite actuelle de l'agglomération. Pourquoi cette différence ?

4. Dans le bilan de la concertation, où figure le compte-rendu de la réunion avec les PPA du 22 avril 2022, on peut lire sur ce point, page 7 :
« Les limites d'agglomération. Un arrêté fixe les limites d'agglomération (localisation des panneaux Entrées/sorties d'agglomération) et sera annexé au RLP. Le plan de zonage du RLP se base sur la réalité physique de l'agglomération afin d'inclure les zones agglomérées dans une zone de publicité ».
Qu'entendez-vous par « sera annexé au RLP » ? Ce futur annonce-t-il un réajustement des limites de l'agglomération fixé par le maire ?

5. L'interdiction complète de la publicité sur les axes structurants ZP3, excepté mobilier urbain, n'est pas comprise. Pouvez-vous la justifier pour les 40 axes listés dans le rapport de présentation (p.68 et 69) ? Que signifie, pour la ZP3 : « cette zone reprend essentiellement des protections édictées dans le RLP de 2000 » (rapport de présentation, (f) p.73) ? Cette zone n'aurait pas évolué depuis les années 2000 ? Pouvez-vous préciser le sens du terme « en partie » pour les axes structurants listés partie « champ d'application et zonage », « zonage » p.5 du règlement :

- route du Loch (en partie)
- route de Douarnenez (en partie)
- route de Plogonnec (en partie)

6. Pourquoi y a-t-il si peu de signalétique d'information locale visible sur la ville de Quimper, notamment dans le SPR ?

7. Pourquoi privilégiez-vous la publicité sur le domaine public ?

8. Quels horaires avez-vous retenu pour l'extinction nocturne de la publicité lumineuse, en application du décret du 17 octobre 2022, relatif à l'extinction des publicités lumineuses, liée aux tensions sur le réseau électrique et les alertes éco-watts ? Est-il possible de moduler cette extinction nocturne selon les saisons ?

9. Prévoyez-vous de fixer des prescriptions particulières pour limiter l'intensité de la publicité lumineuse et numérique ?

10. Pouvez-vous confirmer la prise en compte de la demande, en cours d'enquête, de l'architecte des Bâtiments de France (M 17), concernant :
« la suppression de la référence au garde-corps de la fenêtre du 1er étage pour ne conserver que la notion d'allège.
Les enseignes drapeau, notamment ne doivent pas s'aligner à la hauteur d'un garde-corps mais à une allège pleine ou l'appui de baie. La lisse d'un garde-corps d'un balcon est trop haute en façade en général. »
Il s'agit de l'article E1 du projet de règlement page 17.

11. Pouvez-vous confirmer la prise en compte de l'ensemble des réserves présentées par la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, réunie le 27 septembre 2022 ?

9. Clôture de la partie 1

La présente partie du rapport relate le déroulement de l'enquête. Après avoir rapporté dans cette partie, le contenu des observations du public, la synthèse des avis des personnes publiques associées, la deuxième partie sera consacrée aux conclusions motivées et avis de la commissaire enquêtrice.

Fait à BREST, le 15 décembre 2022

La commissaire enquêtrice

Maryvonne Martin