

Reçu en Préfecture le **01/07/21**  
Affiché le : **02/07/21**  
N° 085-218501914-20210630-84218-DE-1-1

**EXTRAIT**  
**DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS**  
**DU CONSEIL MUNICIPAL**

**SÉANCE DU 30 JUIN 2021**

**Sous la présidence de Monsieur Luc Bouard, Maire**

**Présents : 41**

**Monsieur Luc Bouard, Madame Anne Aubin-Sicard, Monsieur Malik Abdallah, Madame Sylvie Durand, Monsieur Bernard Quenault, Madame Nathalie Gosselin, Monsieur Sébastien Allain, Madame Frédérique Pépin, Monsieur Maximilien Schnel, Madame Françoise Raynaud, Monsieur Pierre Lefebvre, Madame Sophie Montalétang, Monsieur Patrick Durand, Monsieur Jacques Besseau, Madame Patricia Lejeune, Monsieur Philippe Porté, Madame Geneviève Poirier-Coutansais, Madame Dominique Boisseau-Rapiteau, Madame Françoise Bouet, Monsieur Bruno Guillou, Monsieur Jean-Pierre Leloup, Monsieur Dominique Guillet, Madame Michèle Jossier, Madame Danielle Martin, Monsieur Christophe Blanchard, Madame Laurence Gillaizeau, Madame Patricia Murail-Gentreau, Monsieur Cyril Bréhéret, Madame Aurore Barreau, Monsieur François Caumeau, Monsieur Aurélien Roho, Monsieur Guy Batiot, Madame Martine Chantecaille, Monsieur Stéphane Ibarra, Monsieur David Sallé, Madame Florence Lemaire, Madame Claire Mauriat, Madame Myriam Desprès, Madame Aurélie Vieilledent, Monsieur Nicolas Héлары, Monsieur Romain Bossis.**

**Absents donnant pouvoir : 4**

**Mme Myriam Ratier à M. Dominique Guillet, Mme Béatrice Bichon Bellamy à M. Sébastien Allain, M. Romain Brochard à M. Aurélien Roho, M. Ambroise Gasnet à Mme Patricia Murail-Gentreau.**

**Secrétaire de séance : Monsieur Malik Abdallah**

**Adopté à la majorité**

**35 voix pour**

**10 voix contre : Monsieur Guy Batiot, Madame Martine Chantecaille, Monsieur Stéphane Ibarra, Monsieur David Sallé, Madame Florence Lemaire, Madame Claire Mauriat, Madame Myriam Desprès, Madame Aurélie Vieilledent, Monsieur Nicolas Héлары, Monsieur Romain Bossis.**

**15**

**REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**

**Rapporteur : Madame Anne Aubin-Sicard**

Après 3 ans de réflexion et de concertation, la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) est présentée en vue de son approbation.

Le RLP est un document qui édicte des prescriptions à l'égard de la publicité, des enseignes et pré-enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Il poursuit un objectif de protection du cadre de vie, de mise en valeur du paysage tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie.

**1. PRESCRIPTION**

La ville de La Roche-sur-Yon s'est dotée le 29 juin 2011 d'un Règlement Local de Publicité. Par délibération du 18 septembre 2018, le Conseil municipal a prescrit la révision de ce RLP, défini les objectifs à poursuivre ainsi que les

modalités de la concertation à engager.

Le RLP est révisé conformément aux procédures de révision des plans locaux d'urbanisme ; il sera annexé au PLU dès son approbation.

## **2. RAPPEL DES OBJECTIFS POURSUIVIS LORS DE LA PRESCRIPTION**

- **Mettre** le règlement local de publicité en conformité avec le nouveau cadre légal.
- **Préserver et valoriser** les composantes naturelles et paysagères qui fondent un cadre de vie de qualité de la commune.
- **Renforcer** l'attractivité de la commune et permettre la conciliation entre le développement économique des sociétés de publicité extérieure, les acteurs économiques locaux et la protection du cadre de vie.
- **Préserver** les entrées de ville.
- **Prendre en compte** les nouveaux types de dispositifs supportant de la publicité et les nouvelles technologies employées.
- **Élaborer** des prescriptions spécifiques notamment en termes d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs (publicité, enseignes et pré enseignes).

## **3. RAPPEL DES GRANDES ETAPES DE LA PROCEDURE**

- Prescription de la révision du RLP, énoncé des objectifs poursuivis et des modalités de concertation par délibération du 18 septembre 2018.
- Le conseil municipal lors de la séance du 8 décembre 2020, a pris acte, à l'issue des débats, des orientations générales du projet de révision du règlement local de publicité.
- Arrêt du projet révisé et bilan de la concertation au conseil municipal du 2 février 2021.
- Arrêté municipal du 30 mars 2021 ordonnant l'ouverture de l'enquête publique.
- Déroulement de l'enquête publique du 17 mai au 2 juin 2021.
- Présentation du projet de RLP révisé en vue de son approbation au Conseil municipal du 30 juin 2021.

Il convient de relever, et le commissaire-enquêteur y fait référence dans son rapport, que la situation sanitaire ne facilitant pas les échanges directs avec le public, la Ville a décidé de porter les éléments d'information (présentation, diagnostic, objectifs, orientations, projet de zonage) à la connaissance du public par le biais de son site internet.

L'ensemble des échanges a permis de cerner les problématiques des acteurs économiques en la matière et de partager une approche globale de l'aménagement du territoire de La Roche-sur-Yon pour proposer des orientations générales ainsi que les adaptations réglementaires nécessaires.

Toutes les actions menées par la Ville (réunions de concertation, publications dans la presse, mise à disposition du public du RLP de 2011 et d'un registre d'observations, information sur son site internet...) démontrent que l'aspect réglementaire de la concertation a été respecté malgré un contexte de crise sanitaire.

## **4. CONSULTATION DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES**

Pour donner suite à l'arrêt de projet du RLP, les personnes publiques associées ont été saisies afin qu'elles puissent formuler leur avis. Le projet a également été soumis pour avis à la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CNDPS) en application de l'article L581-14-1 du code de l'environnement.

Les avis émis par les personnes publiques ont été soit favorables, soit réputés favorables, ce qui témoigne de la qualité de la proposition du règlement modifié. Seule l'Union Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (UDAP) a accompagné son avis favorable de réserves qui ont été prises en compte par la Ville.

## **5. ENQUETE PUBLIQUE**

Par décision du 22 février 2021, Monsieur le Président du Tribunal administratif de Nantes, a désigné Monsieur Bruno RIVALLAND, en qualité de commissaire enquêteur.

L'enquête publique s'est déroulée du 17 mai au 2 juin 2021 inclus, 3 permanences ont été organisées sur le site de la Mairie. Elles ont donné lieu à 7 visites, à 8 observations par courriels et à 5 observations inscrites au registre.

Le 8 juin 2021, le commissaire enquêteur a remis le procès-verbal de synthèse, assorti de deux questions personnelles :

- la 1<sup>ère</sup> relative à la tenue d'une réunion publique informative sur la mise en place effective du futur RLP : la Ville a répondu qu'elle envisageait de l'organiser.
- la 2<sup>nde</sup> relative à l'organisation de réunions d'échanges à l'échelle d'un quartier pour des projets particuliers : la Ville a fait part au commissaire enquêteur qu'elle souscrivait à cette idée.

Afin de répondre aux observations soulevées lors de l'enquête publique, la Ville a apporté des modifications au projet de RLP consultables dans le texte du règlement annexé à la présente délibération.

Les principales observations ont concerné les enseignes en Site Patrimonial Remarquable (SPR), la publicité sur mobiliers urbains, la publicité numérique, le format des dispositifs, les plages horaires d'extinction des enseignes lumineuses, la gestion des bâches publicitaires et de chantier, la gestion des enseignes temporaires.

Les observations objets de questionnement, correspondant à la philosophie de la révision engagée, compatibles avec les nombreux échanges et le cadrage consécutif ont été retenues et sont proposées afin de modifier le RLP. Elles ne remettent pas en cause la cohérence du projet.

Fort de ces réponses, le commissaire enquêteur a émis un avis favorable sans réserve sur le projet de révision du RLP de la ville de La Roche-sur-Yon dans ses conclusions motivées remises le 21 juin 2021. Le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur sont annexés à la présente délibération.

## **6. PRESENTATION DES MODIFICATIONS A APPORTER AU PROJET DE RLP SUITE A L'ENQUETE PUBLIQUE**

### **Enseignes**

#### **Enseignes non lumineuses**

Fixation d'une règle de hauteur maximum pour les lettres découpées et pour les lettres découpées sur bandeau apposées en Z.P.A (Pentagone / SPR).

- *La hauteur maximum des lettres découpées et des lettres découpées sur bandeau apposées en Z.P.A est fixée à 30 cm.*

Pour entrer en cohérence avec le règlement du SPR en matière d'enseignes apposées sur façade, il est proposé d'interdire :

- *La vitrophanie sur surface commerciale (message collé à l'extérieur) dans le périmètre concerné par le SPR.*

#### **Enseignes lumineuses**

Des règles d'extinction plus strictes que le règlement national sont fixées sur l'ensemble du territoire pour les enseignes lumineuses.

*En Z.P.A et Z.P. B : L'extinction des enseignes lumineuses interviendra de 23 heures à 7 heures du matin lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.*

#### **Enseignes temporaires,**

Pour limiter leur impact dans l'environnement, une nouvelle disposition limitant leur surface est mentionnée dans le règlement

- *la surface des dispositifs supportant des messages d'opérations exceptionnelles (soldes-promotions) est limitée à 6 m<sup>2</sup>.*

#### **Mobilier urbain**

La rédaction du projet de RLP prévoyait une dérogation à l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain (hors publicité numérique) dans le SPR en limitant sa surface à 2 m<sup>2</sup> mais pas aux **abords des monuments historiques**.

- *Le texte est complété comme suit « - La publicité non numérique peut être apposée sur le mobilier urbain eu égard à sa fonction, aux abords des monuments historiques. Sa surface est limitée à 2 m<sup>2</sup> maximum.*
- *La commune propose de retenir la possibilité de recourir sur les mobiliers supportant de la publicité à de la peinture métallisée sans l'imposer.*

#### **Dispositifs publicitaires scellés au sol ou muraux**

L'article 5 du projet est complété comme suit :

- *Une peinture métallisée est admise sur ce type de dispositifs sans l'imposer*
- *et de ne conserver que les teintes des RAL mentionnés par le texte*

Par suite d'une omission dans le projet : *Le RAL 7035 est ajouté à ceux qui figurent déjà dans le texte.*

Pour des raisons esthétiques liées à la protection du cadre de vie, la collectivité entend maintenir l'interdiction de l'éclairage de la publicité par spots ou par une rampe mentionné à l'article 6. Toutefois pour clarifier, le propos *l'article 6 est modifié comme suit* :

*« L'éclairage de la publicité par projection « spots ou rampe » est interdit ; seul l'éclairage par transparence est admis ».*

## **7. APPLICATION DU RLP ET MODALITES DE CONSULTATION DU DOSSIER**

Lorsque le RLP approuvé sera entré en vigueur après l'accomplissement des formalités administratives et de publicités requises, il se substituera au RLP existant. Conformément au code de l'environnement, les dispositifs installés antérieurement et qui ne respectent pas la réglementation disposeront d'un délai de 2 ans pour s'y conformer. Les enseignes non conformes disposeront quant à elles d'un délai de mise en conformité de 6 ans. Le RLP une fois approuvé sera annexé au plan local d'urbanisme.

Il est proposé au Conseil municipal d'approuver la révision du règlement local de publicité.

**Avis favorable de la commission aménagement - Urbanisme - Travaux - Transition écologique - Commerce - Artisanat - Espace rural .**

**Le Conseil, après en avoir délibéré :**

Vu le code de l'Environnement en particulier ses articles L 581-14 et suivants disposant que la procédure applicable à l'élaboration d'un règlement local de publicité est conforme à celle prévue pour un plan local d'urbanisme,

Vu le code de l'Urbanisme et notamment l'article L153-21 disposant que le plan local d'urbanisme est éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire ou de la commission d'enquête, est approuvé par l'organe délibérant de la commune compétent en matière de plan local d'urbanisme,

Vu la délibération du conseil municipal du 18 septembre 2018 prescrivant la révision du règlement local de publicité et énonçant ses objectifs et les modalités de la concertation,

Vu le débat sur les orientations du projet tenu lors du Conseil municipal du 8 décembre 2020,

Vu la délibération du conseil municipal du 2 février 2021 arrêtant le projet du Règlement Local de Publicité et tirant le bilan de la concertation,

Vu l'arrêté en date du 30 mars 2021 portant sur l'ouverture de l'enquête publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité de La Roche-sur-Yon qui s'est déroulée du 17 mai au 2 juin 2021 à 12 heures,

Vu la consultation des Personnes Publiques Associées,

Vu le dossier soumis à enquête publique qui s'est déroulée du 17 mai au 2 juin 2021,

Vu le rapport, les conclusions et l'avis favorable du commissaire enquêteur sur le dossier de révision du RLP,

Considérant que l'ensemble des avis recueillis, des observations du public, du rapport et des conclusions du commissaire enquêteur a été analysé et pris en compte pour affiner et compléter le projet et donc le modifier sans en bouleverser l'économie générale,

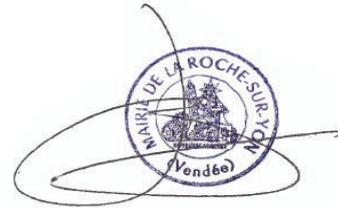
Considérant qu'aucune des modifications apportées au règlement local de publicité ne remet en cause l'économie générale du projet.

Considérant que le projet de règlement modifié, pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public, du rapport et des conclusions du commissaire enquêteur, tel qu'annexé à la présente délibération, est prêt à être approuvé, conformément aux dispositions du code de l'urbanisme,

- **APPROUVE** les modifications apportées au Règlement Local de Publicité (RLP) soumis à enquête publique afin de tenir compte des avis, des observations du public et du rapport et des conclusions du commissaire enquêteur telles que détaillées dans l'annexe à la présente délibération ;
- **APPROUVE** le Règlement Local de Publicité (RLP) tel qu'annexé à la présente délibération ;

- **PRÉCISE** que la présente délibération fera l'objet des mesures d'affichage et de publicité prévues par la réglementation en vigueur et plus précisément à l'article R 153-21 et suivants du code de l'urbanisme ;
- **PRÉCISE** que le dossier de Règlement Local de Publicité (RLP) une fois approuvé par le Conseil municipal sera mis à disposition du public au siège de la Mairie et sous forme dématérialisée sur le site internet de la Ville ;
- **AUTORISE** Monsieur Luc BOUARD, Maire ou Madame Anne AUBIN-SICARD, Adjointe, à signer toutes les pièces nécessaires à la mise en œuvre de cette délibération.

POUR EXTRAIT CONFORME  
LE MAIRE



Luc Bouard

**RÈGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITÉ  
DES ENSEIGNES et PRÉ-ENSEIGNES  
DE LA COMMUNE DE LA ROCHE-SUR-YON**

**JUIN 2021**

---

# SOMMAIRE

---

<b>PRÉAMBULE</b> .....	<b>4</b>
Article 1: Règlements applicables .....	5
Article 2 : Définitions légales (art L 581-3 code env.) .....	5
Article 3 : Définition des zones réglementées .....	6
<b>Titre 1 : PRESCRIPTIONS COMMUNES À TOUTES LES ZONES</b> .....	<b>7</b>
Article 4 : Pérennité et qualité techniques .....	7
Article 5 : Couleur et type des matériels supportant de la publicité .....	8
Article 6 : Eclairage .....	8
Article 7 : Chevalets .....	8
Article 8 : Surface des publicités murales, installées et scellées au sol .....	8
Article 9 : Hauteur des publicités et enseignes .....	8
Article 10 : Règle de prospect .....	9
Article 11 : Pan coupé .....	9
Article 12 : Aspect extérieur des locaux .....	9
Article 13 : Palissades de chantier .....	9
<b>TITRE 2 : PUBLICITÉ, PRÉENSEIGNES / RÈGLES APPLICABLES</b> .....	<b>9</b>
Article 14 : Publicité, pré-enseignes : Dispositions applicables en Zone de publicité n°0 (ZP0) ...	9
Article 15 : Publicité, pré-enseignes : Dispositions applicables en Zone de publicité n°1 (ZP1) .	10
Article 16 : Publicité et pré-enseignes : dispositions applicables en Zone de publicité n° 2 (ZP2)	10
Article 17 : Publicité, pré-enseignes en Zone de publicité n° 3 (ZP3) .....	11
Article 18 : Publicité, pré-enseignes en Zone de publicité n° 4 (ZP4) .....	12
Article 19 : Publicité, pré-enseignes en Zone de publicité n° 5 Secteur SNCF .....	13
Article 20 : Affichage d'opinion et publicité relative aux activités associations sans but lucratif	14
<b>TITRE 3 – ENSEIGNES</b> .....	<b>14</b>
Article 21: Dispositions régime général .....	14
Article 22 : Enseignes en zone de publicité A / ZP .A (Pentagone / SPR)	16
Article 23 : Enseignes en zone de publicité B /ZP.B (le reste du territoire) .....	17
<b>TITRE 4 : PROCÉDURE</b> .....	<b>18</b>
Article n°24: Sanctions .....	19
Article n°25: Mise en conformité .....	19

**ANNEXES ..... 20**

Annexe 1 : Ronds-points et carrefours

Annexe 2 : Croquis du calcul de la distance par rapport aux fonds voisins/ fonds propre

Annexe 3 : Linéaire de l'unité foncière

Annexe 4 : Schéma d'implantation chevalets

Annexe 5 : Schéma enseignes

Annexe 6 .1 et 6 . 2 : Plans de zonage pour la publicité et les pré-enseignes (Nord /sud)

Annexe 7: Plan de zonage pour les enseignes

Annexe 8 : Arrêté fixant les limites de l'agglomération

Annexe 9: Lexique

## Règlement local de publicité

### **PRÉAMBULE**

Afin que les publicités et les enseignes participent à l'effort de valorisation de la Ville, il est fixé par le présent règlement les buts suivants :

- Préserver et valoriser les composantes naturelles et paysagères ainsi que les entrées de Ville ;
- Etablir sous quelle forme et dans quelles conditions la publicité peut prendre place dans l'agglomération et plus particulièrement dans la zone du " Site Patrimonial Remarquable » ;
- Définir les normes relatives à la qualité et à l'implantation des matériels constituant les publicités, les enseignes et les pré-enseignes ;
- Adapter les surfaces publicitaires à l'environnement proche comme aux perspectives
- Réguler la densité des publicités ;
- Assurer l'intégration des enseignes dans leur contexte et améliorer leur visibilité ;
- Faire respecter la vie privée et le confort des riverains.

Le présent règlement local de publicité établit huit types de zone (Zone n°0 à Zone n°5, pour la publicité et les pré-enseignes et Zones A et B pour les enseignes) sur le territoire de La Roche-sur-Yon.

Un document graphique identifiant les zones et le périmètre accompagne le règlement et est réputé faire partie de celui-ci.

Lorsqu'une zone agglomérée s'étend au-delà des limites actuelles de l'agglomération déterminées à la date d'approbation du présent règlement, le régime de la publicité et des enseignes qui leur est applicable est celui de la zone voisine présentant les caractéristiques les plus proches jusqu'à la prochaine modification ou révision du règlement.

Le présent règlement adapte le Règlement National de Publicité (RNP) aux spécificités du territoire de La Roche-sur-Yon.

Les dispositions du RNP non expressément modifiées par le présent règlement demeurent applicables. Conformément à l'article L.581-19 du Code de l'environnement, les pré-enseignes sont soumises au même régime que la publicité. Par conséquent, les dispositions du présent règlement régissant la publicité s'appliquent également aux pré-enseignes, à l'exclusion toutefois des pré-enseignes dérogatoires au sens du 3ème alinéa de l'article L.581-19 du code de l'environnement et des pré-enseignes temporaires installées hors agglomération.

Les publicités lumineuses dont les affiches sont éclairées par projection ou transparence sont régies par les dispositions relatives à la publicité non lumineuse à l'exception des règles d'extinction nocturne.

Préalablement à l'arrêt du nouveau règlement et afin d'intégrer cet outil aux ambitions que la Ville et l'Agglomération développent et amplifient en matière de transition écologique, il est proposé aux membres du Conseil municipal de préciser dans le préambule du règlement que "La ville de La Roche-sur-Yon recherchera l'utilisation des meilleures technologies disponibles en matière d'économie d'énergie concernant l'éclairage des dispositifs publicitaires y compris ceux relevant du mobilier urbain" jusqu'à tendre vers l'autonomie énergétique desdits dispositifs".

## **Article 1: Règlements applicables**

Conformément aux articles L 581-1 à L.581-45 du Code de l'Environnement, le présent document constitue le règlement local de publicité applicable sur le territoire de la commune de La Roche-sur-Yon.

Les règles des articles L.581-1 à L.581-45, R.581-1 à R.581-88 du Code de l'Environnement s'appliquent de droit sur l'ensemble du territoire de la commune, sauf modifications apportées par le présent règlement.

Indépendamment du Code de l'environnement, les publicités enseignes et pré-enseignes sont soumises à d'autres réglementations (Code de la route, Code de la voirie routière, Code du patrimoine, règlement de voirie municipal, règles d'occupation du domaine public).

## **Article 2 : Définitions légales (art L 581-3 code env.)**

Les règles suivantes sont applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, visibles de toutes voies ouvertes à la circulation publique qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non.

### **PUBLICITE ET PRE-ENSEIGNE**

- Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, toute inscription, toute 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 assimilés à des publicités.
- Constitue une pré-enseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. La loi soumet les pré-enseignes aux mêmes règles que la publicité.
- Conformément aux dispositions de l'article L 581-19 du Code de l'Environnement « Les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité » Par conséquent les dispositions du présent règlement régissant la publicité s'appliquent aux pré-enseignes à l'exclusion des pré-enseignes dérogatoires.

#### Les pré-enseignes temporaires sont:

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

Ces pré-enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet (néons, ampoules de couleurs, diodes...).

## ENSEIGNES

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

### Les enseignes temporaires sont:

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

Ces enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

### **Affichage d'opinion**

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté du maire, en application de l'article L.581-13 du Code de l'environnement.

### **Article 3 : Définition des zones réglementées**

Le territoire communal comprend :

#### Pour la publicité et les pré-enseignes :

6 zones de publicité

#### Pour les enseignes

2 zones de publicité

Elles sont représentées sur les plans ci-annexés, et sont définies comme suit :

#### Pour la publicité et les pré-enseignes

- **Zone de publicité n° 0 / Z.P O** : elle correspond aux espaces protégés : les coulées vertes (la Brossardière, Moulin sec .....), le site des Coux, du n°62 de la rue Olof Palm jusqu'au croisement de la rue Maxime Dervieux
- **Zone de publicité n° 1 / Z.P 1**: Elle comprend le Pentagone, le Site Patrimonial Remarquable « SPR », le cimetière du point du jour, le Sacré Cœur, le quartier de la Gare, les centres bourgs de Saint André d'Ornay et Le Bourg sous La Roche, La Brossardière la route des sables depuis le pont Morineau jusqu'au n°149 de la rue Roger Salengro puis du n°167 de la rue Roger Salengro jusqu'à l'intersection Boulevard Sénateur Durand, Impasse des trois ponts et la rue Jacques Cartier.
- **Zone de publicité n° 2 / Z.P2** : Les Axes d'intérêt paysager, les carrefours et ronds-points structurants en agglomération :
- **Les axes** : Bd Rivoli, Bd Eylau, Rue Gite Pilorge, André Breaud jusqu'à la limite d'agglomération, Route de la Simbrandière, Avenue de la vallée verte, Allée Picasso, Avenue Picasso jusqu'au n°92 de l'Avenue Georges Seurat, Bd Denis Papin (incluant la place Olivier de Serres en venant du Bd Sully jusqu'au pont de la voie ferrée.

- **Les rond - points** : Rond-point des Oudairies et abords, Rond-point Bernard Palissy et ses abords, abords sud des Terres Noires (Aubépine/Thibaudière), Rond-point de l'Atlantique et ses abords, Rond-point Tournefou (du rond-point V. Van Gogh au rond-point Buissonnet, Rond-point De la Lune, Rond-point du Moulin de la Garde, Rond-point Edison, Rond-point Mignoneau , Rond-point du docteur Larrey, Rond-point Lavoisier, Rond-point Waldeck Rousseau, Rond-point de l'Europe.
- **Zone de publicité n° 3 / Z.P 3** : Les zones résidentielles et les zones à vocation résidentielle, Rue Olof Palm du rond-point de la lune jusqu'au n °60 de la Rue Olof Palm, la route de la Victoire de Valmy côté droit en quittant la ville jusqu'au n°40)
- **Zone de publicité n° 4 / Z.P 4** : Elle comprend les axes de circulation dans leurs parties agglomérées, les zones d'activités en agglomération, la rue Mazurelle (axe côté droit en allant vers le cimetière) du n°353 au n°325.
- **Zone de publicité n°5 / Z.P 5** : Le secteur SNCF

Les limites des zones se situent à 30 m en recul de la limite du Domaine Public (mesurées à partir du bord extérieur de la voie ouverte à la circulation publique). Dans le cas où deux zones se superposent, la règle la plus restrictive s'applique.

#### Pour les enseignes

- **Zone de publicité A / ZP.A** : le Pentagone et le Site Patrimonial Remarquable (SPR)
- **Zone de publicité B / ZP.B**: le reste du territoire communal.

Les règles communes à toutes les zones sont définies au Titre 1 (Articles 4 à 12) Les règles spécifiques à chacune des zones sont énoncées au Titre 2 (Articles 13 à 19) Les règles applicables aux enseignes figurent au titre 3.

Les dispositions de la réglementation nationale du Code de l'Environnement qui ne sont pas modifiées par le présent règlement demeurent opposables aux tiers.

Sont annexés au présent règlement :

- des schémas et croquis
- le document graphique faisant apparaître les zones (ce document a valeur réglementaire)
- l'arrêté municipal fixant les limites de l'Agglomération ; celles-ci sont également représentées sur un document graphique.
- un lexique

## **Titre 1 : PRESCRIPTIONS COMMUNES À TOUTES LES ZONES**

### Dispositions visant à garantir la qualité des dispositifs et leur intégration dans leur environnement

#### **Article 4 : Pérennité et qualités techniques**

Les matériels destinés à recevoir des publicités, enseignes et préenseignes sont choisis, installés et entretenus par leurs exploitants afin de garantir la pérennité de leur aspect initial et la conservation, dans le temps, de leurs qualités techniques.

Tous les dispositifs résistent aux phénomènes météorologiques compris dans les limites des règles et normes en vigueur, garantissant la sécurité des personnes et des biens.

### **Article 5 : Couleur et type des matériels supportant de la publicité**

Les structures et accessoires des dispositifs publicitaires sont de couleur RAL 7016, 7026, 7022, 7035, 9010. Une peinture métallisée est admise .

Les matériels sont exclusivement de type monopied, le pied ne peut excéder une largeur de 0,80 mètre.

L'entourage des deux faces d'un dispositif recto / verso doit être plein sans espace visible entre elles.

Lorsque le dos d'un dispositif n'est pas exploité, il doit être habillé d'un bardage assorti à la couleur du dispositif.

### **Article 6 : Eclairage**

L'éclairage par spots ou rampes est interdit, seul l'éclairage par transparence est admis.

La publicité lumineuse (éclairage par transparence / publicité numérique ) à l'exclusion de celle supportée par le mobilier urbain est éteinte entre vingt - trois heures et six heures.

### **Article 7 : Chevalets**

Ce type de dispositif, lorsqu'il est installé sur le domaine public, est soumis au Code général de la propriété des personnes publiques et au règlement d'occupation du domaine public de la Ville de La Roche-sur-Yon. Il doit faire l'objet d'une autorisation de voirie.

Dans les zones où ils sont admis :

Ces dispositifs sont installés au droit de la façade de l'établissement (partie de terrain située en parallèle ou perpendiculaire au lieu où s'exerce l'activité ) et ne doivent pas nuire à la sécurité et l'usage normal de la voie publique. Ils doivent notamment respecter les prescriptions de 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, et des décrets et arrêtés en portant application.

Dans un objectif d'harmonisation esthétique, ils sont constitués de bois ou de métal. L'utilisation du plastique est interdite. Leurs dimensions ne peuvent excéder 0,80 mètre de hauteur et 0,60 mètre de largeur.

### **Article 8 : Surface des publicités murales, installées et scellées au sol**

Les surfaces maximales des dispositifs publicitaires (surface utile) fixées par le présent règlement s'appliquent hors encadrement, à l'affiche ou à l'écran si la publicité est numérique. Lorsque la surface utile d'un dispositif publicitaire non lumineux est limitée à 2 m<sup>2</sup>, son format ne peut excéder 2,5 m<sup>2</sup>.

Lorsque la surface utile d'un dispositif publicitaire non lumineux est limitée 4 m<sup>2</sup>, son format (affiche / encadrement, pied exclu) ne peut excéder 5 m<sup>2</sup>. Lorsque la surface utile d'un dispositif publicitaire non lumineux est limitée à 8 m<sup>2</sup>, son format (affiche /encadrement, pied exclu) ne peut excéder 11 m<sup>2</sup>.

Le format d'un dispositif de publicité numérique ne peut excéder 8 m<sup>2</sup> (écran/encadrement, pied exclu)

### **Article 9 : Hauteur des publicités et enseignes**

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, les enseignes ne peuvent s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Leur hauteur est également limitée 6 mètres par rapport au niveau de la voie ouverte à la circulation.

Elle se calcule par rapport au point le plus haut de la chaussée la plus proche au droit du dispositif.

#### **Article 10 : Règle de prospect**

Sur un même fonds, les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m<sup>2</sup>, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits au droit des façades des immeubles à usage d'habitation comportant des ouvertures, jusqu'à une distance de 5 mètres de ces façades.

#### **Article 11 : Pan coupé**

Pour l'application de la règle de densité, lorsqu'une unité foncière est située à l'angle de deux voies ouvertes à la circulation publique, la longueur du pan coupé n'est pas prise en compte. Seul est pris en compte le linéaire du plus long côté de l'unité foncière bordant une seule voie.

#### **Article 12 : Aspect extérieur des locaux**

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.

#### **Article 13 : Palissades de chantier**

La publicité sur palissades de chantier est admise. Chaque commune se réserve le droit d'imposer aux entreprises qui engagent des travaux sur l'espace public des règles en matière de communication de chantier et de projet.

Ces dernières seront fixées dans une annexe à l'autorisation d'occupation du domaine public.

## **TITRE 2 : PUBLICITÉ, PREENSEIGNES / RÈGLES APPLICABLES**

#### **Article 14 : Publicité, pré-enseignes : dispositions applicables en Zone de publicité n°0 (ZP0)**

Cette zone est composée d'espaces qu'il convient de protéger en raison soit de la qualité du site, soit de leur intérêt historique, soit de leur caractère d'espace naturel ou forestier (vallées classées en zone naturelle au Plan Local d'Urbanisme approuvé)

##### Publicités non lumineuses et lumineuses :

14.1. La publicité non lumineuse et / ou lumineuse qu'elle soit sur mur, installée sur le sol ou scellée au sol est interdite.

##### Mobilier urbain

14.2. La publicité commerciale supportée par le mobilier urbain est interdite.

##### Publicité « numérique »

14.3. La publicité numérique est interdite.

##### Chevalets

14.4. Ils sont interdits.

##### Micro-affichage

14.5. Il est interdit.

##### Bâches

14.6. La publicité est interdite sur tous types de bâches (Chantier etc.)

## **Article 15 : publicité, pré-enseignes : dispositions applicables en Zone de publicité n°1 (ZP1)**

Le Pentagone, le Site patrimonial remarquable ,le cimetière du point du jour, le secteur du Sacré Cœur, le quartier de la Gare, les centres bourgs de Saint André d'Ornay et Le Bourg sous La Roche, les vallées, La Brossardière, la route des sables depuis le pont Morineau jusqu'au Boulevard Arago .

### Publicités non lumineuses

15.1. La publicité non lumineuse sur mur, installée sur le sol ou scellée au sol est interdite.

### Mobilier urbain

15.2. Eu égard à sa fonction la publicité commerciale non numérique d'une surface de 2m<sup>2</sup> maximum est admise sur le mobilier urbain défini à l'article R 581-42 du Code de l'Environnement, tant en site patrimonial remarquable qu'aux abords des monuments historiques.

### Publicités lumineuses numériques autres que les publicités éclairées par projection ou transparence

15.3. Elles sont interdites tant sur domaine privé que public.

### Chevalets

15.4. Ils sont admis sous conditions. Un seul dispositif posé sur le sol peut être autorisé par établissement, non cumulable avec un porte-menu. Il est utilisable au recto et au verso, ses dimensions n'excèdent pas 0,80 mètre en hauteur et 0,60 mètre en largeur.

Ces dispositifs sont installés au droit de l'établissement et ne doivent pas nuire à la sécurité et l'usage normal de la voie publique (cf annexe 4).

### Bâches

15.5. La publicité sur bâche de chantier est admise sous réserve d'obtention d'autorisation préalable du Maire.

15.6. La publicité est interdite sur tout autre type de bâche.

### Micro-affichage

15.7. Il est admis.

## **Article 16 : publicité et pré-enseignes : dispositions applicables en Zone de publicité n° 2 (ZP2)**

Carrefours, ronds-points et axes d'intérêt paysager et urbain.

### Publicités non lumineuses

16.1. La publicité sur mur, installée ou scellée au sol est interdite.

Aux abords des carrefours et ronds-points identifiés sur le plan cette interdiction s'applique dans une bande de 30 m à compter du bord extérieur de la chaussée (cf annexe 1).

### Mobilier urbain

16.2. Sur mobilier urbain, défini à l'article R 581- 42 du Code de l' Environnement, la publicité commerciale d'une surface maximale de 8 m<sup>2</sup> est admise.

Le nombre de mobilier urbain est limité à un dispositif par carrefour ou rond-point.

### Publicités lumineuses numériques autres que les publicités éclairées par projection ou transparence

16.3. Elles sont interdites tant sur domaine privé que sur domaine public.

### Chevalets

16.4. Ils sont interdits.

### Micro-affichage

16.5. Il est interdit.

### Bâches

16.6. La publicité sur bâche de chantier est admise dans les conditions définies aux articles R 581-53 et R 581-54 du Code de l'environnement.

16.7. La publicité est interdite sur tout autre type de bâche.

## **Article 17 : publicité, pré-enseignes en Zone de publicité n° 3 (ZP3) (Secteurs résidentiels et zone à urbaniser)**

### Publicités non lumineuses

17.1. Sur mur

La publicité est admise dans les conditions suivantes :

- format maximal de 4 m<sup>2</sup>
- nombre : 1 maximum par mur aveugle
- marge de recul latérale de 0,50 mètre entre l'extrémité du panneau et la limite du mur support,
- implantation à plus de 0,50 mètre du sol
- implantation sous l'éégout du toit sans dépasser 6 mètres.

17.2. Sur dispositif installé sur le sol ou scellé au sol.

La publicité est interdite.

### Publicités lumineuses numériques autres que les publicités éclairées par projection ou transparence

17.3. Elle est admise sur support mural. Sa surface est limitée à 4 m<sup>2</sup>

17.4. Elle est interdite lorsqu'elle est installée sur le sol ou scellée au sol.

### Mobilier urbain

17.5. Sur mobilier urbain, défini à l'article R 581-42 du Code de l'Environnement, la publicité commerciale d'une surface maximale de 8 m<sup>2</sup> est admise.

### Chevalets

17.6. Ils sont interdits.

### Bâches

17.7. La publicité est admise uniquement sur bâche de chantier dans les conditions définies par la réglementation nationale.

## **Article n°18 : publicité, pré-enseignes en Zone de publicité n° 4 (ZP4) (zones d'activités en agglomération et principaux axes de circulation)**

### Publicités non lumineuses

18.1. Sur mur, la publicité est admise dans les conditions suivantes :

- le format maximal hors encadrement est de 8 m<sup>2</sup>, le support mural ne doit pas représenter plus de 30% du mur
- nombre : 1 maximum par, mur aveugle
- marge de recul latérale de 0,50 mètre entre l'extrémité du panneau et la limite du mur support,
- implantation à plus de 0,50 mètre du sol
- implantation sous l'éégout du toit sans dépasser 7,50 mètres

## 18.2. Dispositifs scellés au sol /ou installés sur le sol :

- Surface :
  - o La surface de la publicité est limitée à 8 m<sup>2</sup>, cette surface avec encadrement hors pied est de 11 m<sup>2</sup> maximum.
- Esthétique :
  - o obligation de traiter la face du dispositif ne supportant pas de publicité par un bardage assorti à la couleur du dispositif, afin de masquer la totalité des éléments de fixation.
  - o le (ou les) dispositif (s) doit (doivent) être monopied et présenter une bonne esthétique pour s'intégrer au caractère des lieux et de l'environnement : les cornières métalliques, les IPN, les jambes d'appui... sont interdits.
  - o Ils doivent être en permanence en bon état d'entretien
  - o La teinte du support doit être foncée ou neutre (blanc gris, noir, anthracite)
- Marge de recul (cf annexe 2):
  - o Par rapport au fonds propre : implantation à plus de 5 mètres d'une baie lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant la baie
  - o Par rapport au fonds voisin : implantation à plus 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.
- Densité :

Le linéaire de l'unité foncière pris en compte est celui situé le long de la façade sur rue depuis laquelle le dispositif est visible (cf annexe 3)

- o Lorsque le linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieur à 20 mètres aucun dispositif publicitaire n'est admis.
- o Lorsque le linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est compris entre 20 mètres et 100 mètres : un (1) seul dispositif est admis.
- o Lorsque le linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est supérieur à 100 mètres : deux (2) dispositifs sont admis ils doivent respecter une inter distance de 30 mètres minimum entre eux

Exception : Avenue Yitzhak Rabin entre le rond-point Bernard Palissy et le rond-point de l'Europe un seul dispositif est admis par linéaire de façade sur rue supérieur à 100 mètres .

### Mobilier urbain

18.3. Sur mobilier urbain, défini à l'article R 581- 42 du Code de l'Environnement, la publicité commerciale d'une surface maximale de 8 m<sup>2</sup>, est admise.

### Publicités lumineuses numériques autres que les publicités éclairées par projection ou transparence

18.4. La publicité lumineuse est soumise à autorisation. Son format est limité à 8 m<sup>2</sup>, (écran /encadrement, pied exclu).

Elle ne doit pas, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif ou porter atteinte à l'environnement. Elle doit notamment ne pas être éblouissante.

## Article 19 : publicité, pré-enseignes en Zone de publicité n° 5 Secteur SNCF

### Publicités non lumineuses

19.1. Sur mur et /ou sur dispositif installé ou scellé au sol, la publicité est admise dans les conditions suivantes

- format unitaire : 8 m<sup>2</sup> maximum
- hauteur par rapport au sol : 6 mètres maximum
- orientation du panneau : perpendiculaire ou parallèle à la voie d'où le panneau est vu.
  
- esthétique :
  - o obligation de traiter la face ne supportant pas de publicité par un bardage de la même couleur que le dispositif
  - o le (ou les) dispositif (s) scellé (s) au sol doit (doivent) être monopied et présenter une bonne esthétique pour s'intégrer au cadre de vie et être en bon état d'entretien : les cornières métalliques, les IPN, les jambes d'appui sont interdits;
  
- implantation des dispositifs installés ou scellés au sol:
  - o à plus de la moitié de la hauteur du dispositif par rapport à la limite séparative.
  - o par rapport au fonds voisin : implantation à plus 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,
  - o les dispositifs côte à côte sont interdits
  
- Densité et nombre : la publicité est seulement admise aux endroits déterminés ci-après :
  - o 2 dispositifs boulevard du Maréchal Leclerc,
  - o 2 dispositifs boulevard Louis Blanc
  - o 1 dispositif boulevard Denis Papin (hors secteur des 3 Ponts).
  - o interdiction de la publicité sur la voie en passage souterrain entre le boulevard Louis Blanc et la rue Pierre Bacqua. Interdiction aux abords du passage souterrain Emile Zatopeck
  - o Avenue Aliénor d'Aquitaine : 1 dispositif
  - o Secteur rue d'Aubigny : 3 dispositifs
  - o Boulevard Lavoisier: 2 dispositifs
  - o Secteur rue Monge : 1 dispositif
  - o Secteur des 3 ponts :
    - 4 dispositifs admis sur les culées des ponts, sous réserve d'un traitement paysager du mur en cas de nouvelle implantation ou de remplacement du matériel.

19.2. Les dispositifs peuvent être éclairés par transparence. L'utilisation de spots et de rampes est interdite.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet (néons, ampoules de couleurs, diodes...) est soumise à autorisation du Maire.

19.3. Sur mobilier urbain, défini à l'article R 581-42 du Code de l'Environnement, la publicité commerciale est autorisée, dans un format maximal de 8 m<sup>2</sup>

## Article 20 : affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations sans but lucratif en ZP n°1, ZPn°2, ZPn°3, ZPn°4, ZPn°5

L'affichage d'opinion et la publicité relative aux associations sans but lucratif sont autorisés, conformément aux articles L.581-13, R.581-2 à R.581-4 du Code de l'Environnement, aux emplacements définis pour cela par la commune.

### TITRE 3 – ENSEIGNES

Tout en respectant les règlements de voirie en vigueur (en particulier en ce qui concerne la saillie sur le domaine public), et les règles de la sécurité routière (visibilité des feux tricolores, des panneaux de signalisation routière...), les enseignes sont soumises aux règles énoncées ci-après.

#### Article 21: dispositions régime général

##### 21.1. Autorisation

Conformément à l'article L 581-18 du Code de l'Environnement et à l'article R.581-62

- en zone de publicité, les enseignes sont soumises à autorisation du Maire, et après avis de l'Architecte des Bâtiments de France, dans ses domaines de compétences

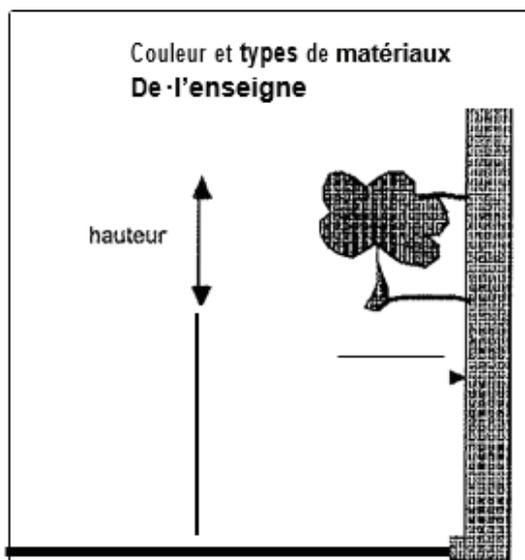
(1) La procédure d'autorisation est décrite aux Articles R.581-62; R.581-68 du Code de

Le dossier doit comprendre:

- . un plan situant l'immeuble dans la ville,
- . une photo de l'immeuble
- . un relevé côté de la façade,
- . Une photo de l'immeuble dans son entité
- . un plan précisant la position de l'enseigne par rapport à l'immeuble (éventuellement repérage sur une photographie),
- . des plans et coupes côtés de l'enseigne, lisibles avec la description et l'indication des

Matériaux et couleurs utilisés,

- . une représentation d'insertion infographique
- . dans le cas d'une enseigne en saillie, un schéma de coupe précisant les cotes et distances indiquées au croquis ci-contre.



Les enseignes sont soumises aux règles du régime général du Code de l'Environnement (articles R 581-58 à R 581-59)

##### 21.2. Entretien

Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, s'il y a lieu, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Elle doit être supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.

### **21.3. Esthétique**

Sont interdites les enseignes qui par leur forme, leurs couleurs, leur texte, leurs symboles, leurs dimensions ou leur emplacement peuvent être confondues avec les signaux réglementaires de la signalisation routière.

L'objet de l'enseigne est de renseigner le passant, mais c'est un élément fondamental de l'animation et de l'esthétisme de la rue, qui peut et doit renfoncer l'attractivité des quartiers.

C'est pourquoi le présent règlement :

- . lutte contre la surenchère visant plus le voyant, en évitant les grandes dimensions, les couleurs agressives, la multiplicité des messages...,
- . recherche la mise en valeur de l'architecture, l'harmonie des dispositifs entre eux et avec le bâtiment.

Les énumérations, et les répétitions de messages doivent être évitées.

### **Les enseignes murales**

**21.4.** Les enseignes murales (article R581-60 du Code de l'Environnement) sont apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

Elles ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre ni le cas échéant dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1 mètre, devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie, enfin, sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 mètre par rapport à lui.

**21.5.** Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte (article R.581-61 du Code de l'Environnement)

Elles ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement, dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 mètres.

Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon.

**21.6.** Les enseignes sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu (article R.581-62 du Code de l'Environnement)

Ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base.

Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur hauteur ne peut excéder :

- un sixième de la hauteur de la façade de l'immeuble et au maximum 2 mètres lorsque cette hauteur est inférieure à 20 mètres;
- un dixième de la hauteur de la façade et au maximum 6 mètres lorsque cette hauteur est supérieure à 20 mètres.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure à 15 mètres, ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.

**21.7.** Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement (article R 581-63 du Code de l'Environnement) ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.

Le présent article ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du Ministre chargé de la culture.

**Les enseignes scellées ou installées sur le sol** (article R.581-64 du Code de l'Environnement)

**21.8.** Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.

Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

I – La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R 581-64 est de 6 m<sup>2</sup>

Elle est portée à 12 m<sup>2</sup>, dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

II. Ces enseignes ne peuvent dépasser :

1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont plus de 1 mètre de large ;

2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

## **Article 22 : Enseignes en zone de publicité A / ZP. A (Pentagone / SPR)**

### **Les enseignes murales apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur**

Sont interdites :

- Les enseignes numériques
- Les calicots
- Les banderoles /bâches permanentes ou temporaires
- La vitrophanie (apposée à l'extérieur )

Sont admises :

- Les oriflammes
- Les enseignes rétroéclairées par transparence
- Les enseignes sur bâche de chantier
- Les enseignes perpendiculaires à la façade
- Les enseignes parallèles à la façade

Les enseignes doivent respecter l'architecture du bâtiment où s'exerce l'activité signalée. Elles doivent s'harmoniser avec les lignes de la composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacements des baies, des portes d'entrée, porches, piliers arcades ainsi que tout motif décoratif.

### **Les enseignes perpendiculaires**

Une seule enseigne maximum est admise par voie bordant l'établissement (ne sont pas prises en compte les enseignes imposées par un texte réglementaire). Elle doit se situer dans le prolongement de l'enseigne parallèle à la façade.

Lorsque l'activité s'exerce au rez-de-chaussée, l'enseigne perpendiculaire ne peut dépasser le niveau bas du premier étage et sa surface maximale est de 0,60 m<sup>2</sup>, support compris. La hauteur sous enseigne ne peut être inférieure à 2,50 mètres par rapport au niveau du sol.

Lorsque l'activité s'exerce uniquement en étage et sur un seul niveau, l'enseigne est apposée sur le niveau de la façade de l'immeuble où est exercée l'activité signalée et sa surface maximale est de 0,60 m<sup>2</sup>, support compris.

Sa saillie (pattes de scellement) sur le domaine public ne peut dépasser 0,25 centimètre du mur au message.

### **Les enseignes parallèles**

Pour les enseignes parallèles à la façade les lettres découpées doivent être privilégiées. La hauteur maximale des lettres découpées et des lettres découpées sur bandeau est fixée à 30 centimètres.

Une seule enseigne apposée à plat sur un mur ou parallèlement à celui-ci est autorisée par voie bordant l'établissement.

Elle ne doit pas déborder les limites de la façade qui la supporte, ni se prolonger au-dessus de l'entrée principale de l'immeuble lorsque celle-ci ne dessert pas l'activité signalée. Elle n'est pas admise lorsque l'activité s'exerce uniquement en étage.

Lorsqu'il y a lieu, une enseigne peut aussi être autorisée sur le lambrequin, les stores bannes, les auvents ou les marquises.

### **Les enseignes installées sur le sol** (type sky dancer / mat drapeau)

Elles sont interdites.

### **Les enseignes lumineuses**

L'extinction des enseignes lumineuses interviendra de 23 heures à 7 heures du matin lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

### **Les enseignes temporaires :**

Elles sont admises sous réserve de respecter les articles R 581-68 et R 581-69 du Code de l'Environnement.

### **Les enseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu :**

Elles sont interdites ;

### **Article 23 : Enseignes en zone de publicité B /ZP.B (le reste du territoire)**

Les calicots, les bâches banderoles permanentes ou temporaires sur clôture ajourée sont interdits.

### **L'enseigne murale :**

Elle est soumise aux dispositions de la réglementation nationale.

### **L'enseigne lumineuse**

L'extinction des enseignes lumineuses interviendra de 23 heures à 7 heures du matin lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

### **L'enseigne numérique murale :**

Elle est limitée à une surface de 2 m<sup>2</sup>, (écran / encadrement).

### **L'enseigne numérique installée ou scellée au sol :**

Elle est limitée à une surface de 8 m<sup>2</sup>, (écran / encadrement).

### **Les enseignes scellées au sol :**

Elles sont admises exclusivement sous forme de totems.  
Leur surface unitaire maximale hors tout est limitée à 12 m<sup>2</sup>,  
Leur hauteur maximum est limitée à 6 mètres et leur largeur à 2 mètres maximum.  
Leur nombre est fixé à 1 maximum par unité foncière le long de chaque voie ouverte à la circulation.

Lorsqu'il existe plusieurs raisons sociales sur une même unité foncière, les enseignes doivent être groupées sur un support commun et harmonisées entre elles. Les dimensions du totem ne doivent pas dépasser la surface et la hauteur indiquées ci-après.

Les enseignes scellées au sol d'une surface inférieure ou égale à 1 m<sup>2</sup> sont limitées à un dispositif le long de chaque voie bordant l'activité.

### **Les enseignes installées sur le sol (type sky dancer/mat drapeau) :**

Elles sont interdites.  
Les autres règles relatives aux enseignes sont celles du régime général du Code de l'Environnement, dont les principales sont rappelées à l'article 21.

### **Les enseignes temporaires**

La surface des dispositifs supportant des messages pour des opérations exceptionnelles (soldes promotions) est limitée à 6 m<sup>2</sup>, maximum .

### **Les enseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu :**

Elles sont interdites.

## **TITRE 4 : PROCÉDURE**

**Article n°24: sanctions**

Les infractions au présent règlement sont sanctionnées conformément aux dispositions des articles L.581-30 à L.531-35 du Code de l'Environnement et des articles R.581-82 à R.581 -88 du Code de l'Environnement.

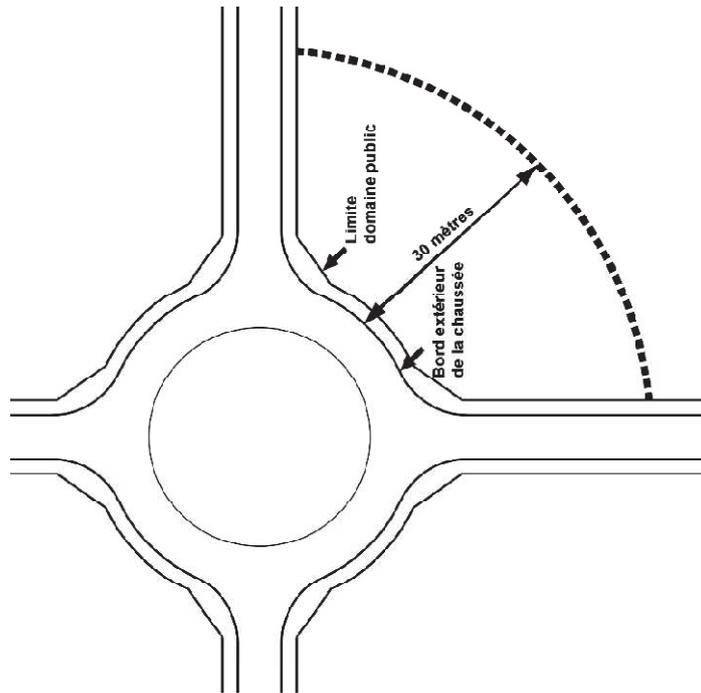
**Article n°25: mise en conformité**

Tout dispositif existant et dérogeant aux règles édictées ci-avant, doit être mis en conformité dans les conditions fixées à l'article L 581-43 du Code de l'Environnement.

# ANNEXES

## ANNEXE 1

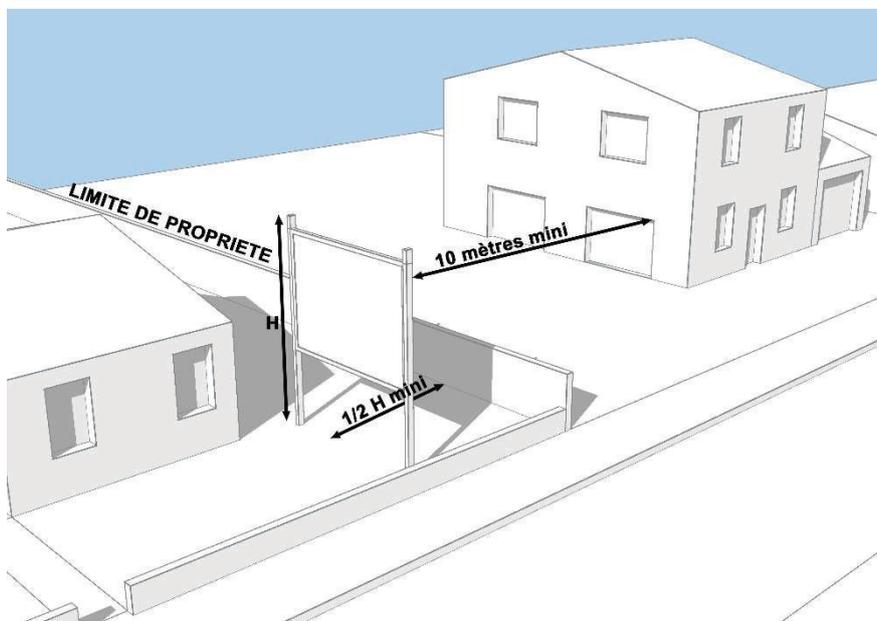
1/ Implantation des panneaux en ZP2 : Par rapport aux rond points, implantation à plus de 30 mètres du bord extérieur de la chaussée



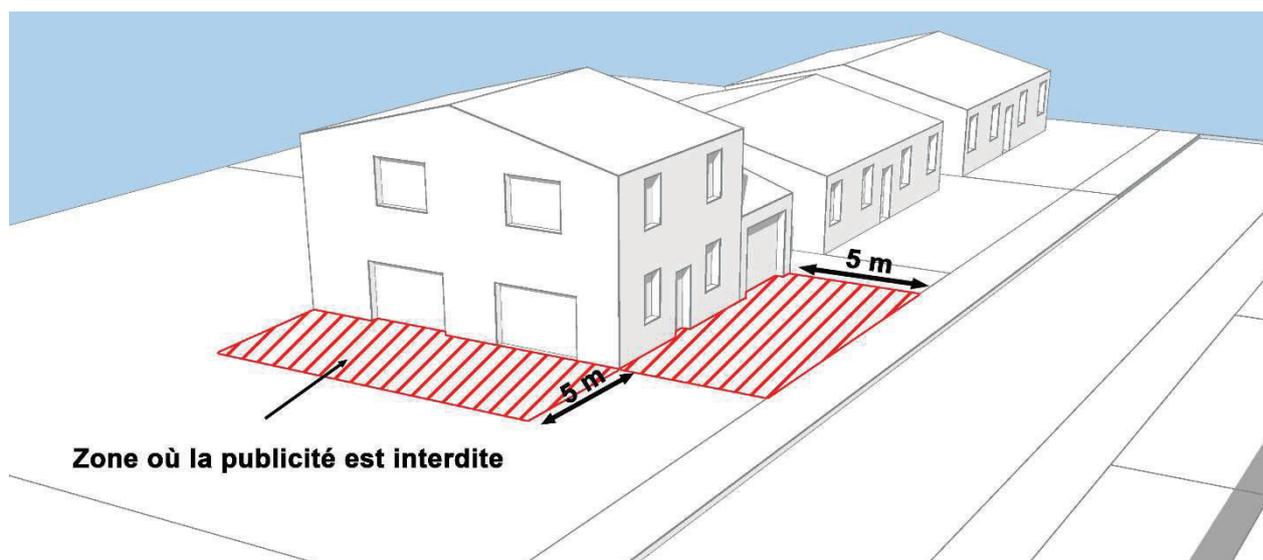
## ANNEXE 2

### 2.1 Distance par rapport au fond voisin :

Implantation à plus 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



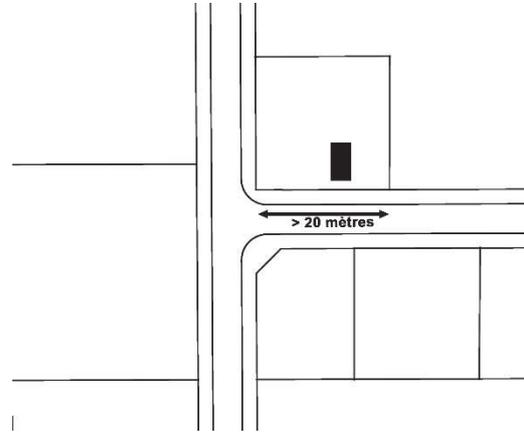
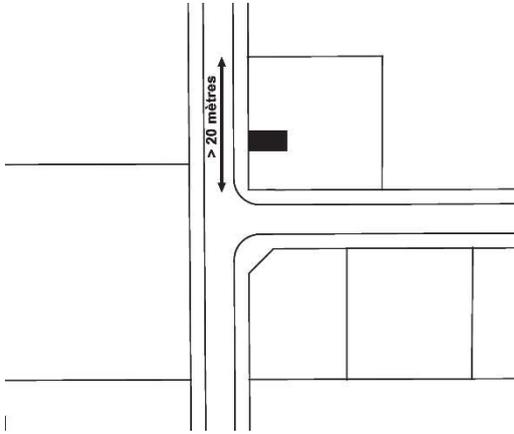
### 2.2 Distance par rapport au fonds propre



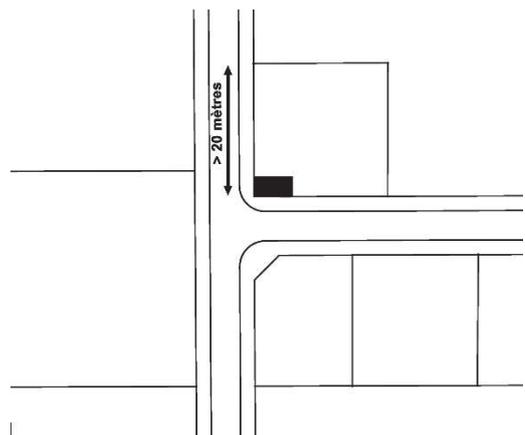
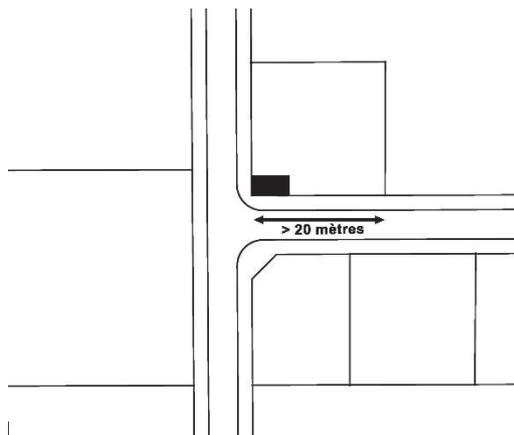
### ANNEXE 3

#### 3/ Linéaire de l'unité foncière

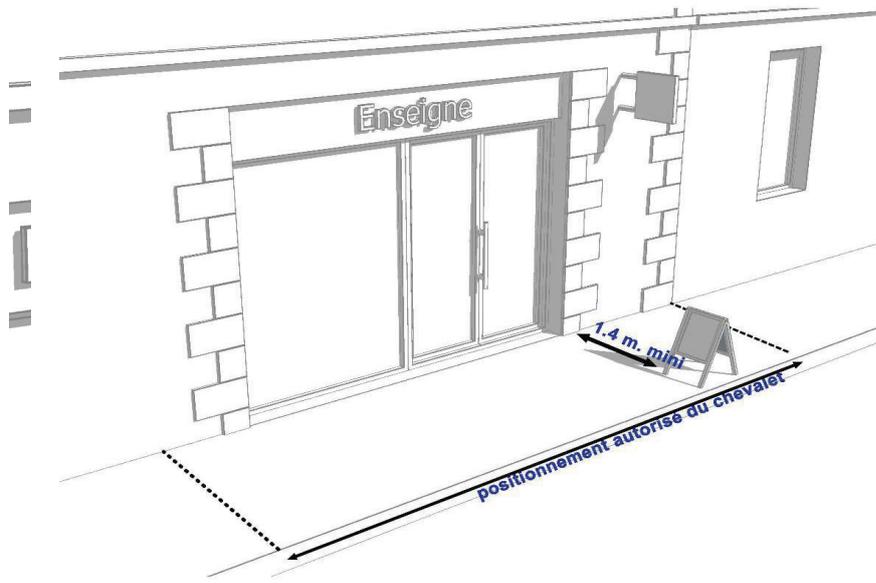
Le linéaire de l'unité foncière est compté sur la rue depuis laquelle le dispositif est visible



Dans le cas d'une implantation sur une unité foncière situé à l'angle de deux rues, le linéaire sur l'une des deux rues doit être supérieur à 20 mètres (ou 100 mètres)



ANNEXE 4 Chevalet

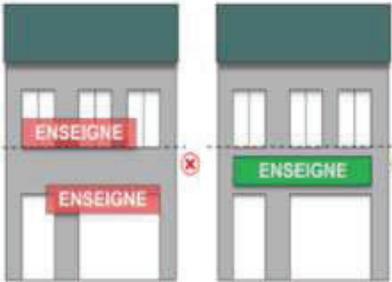


≡

ANNEXE 5 Schéma enseignes



Enseignes parallèles à la façade



Enseignes perpendiculaires à la façade





# Règlement de la publicité La Roche-sur-Yon Nord

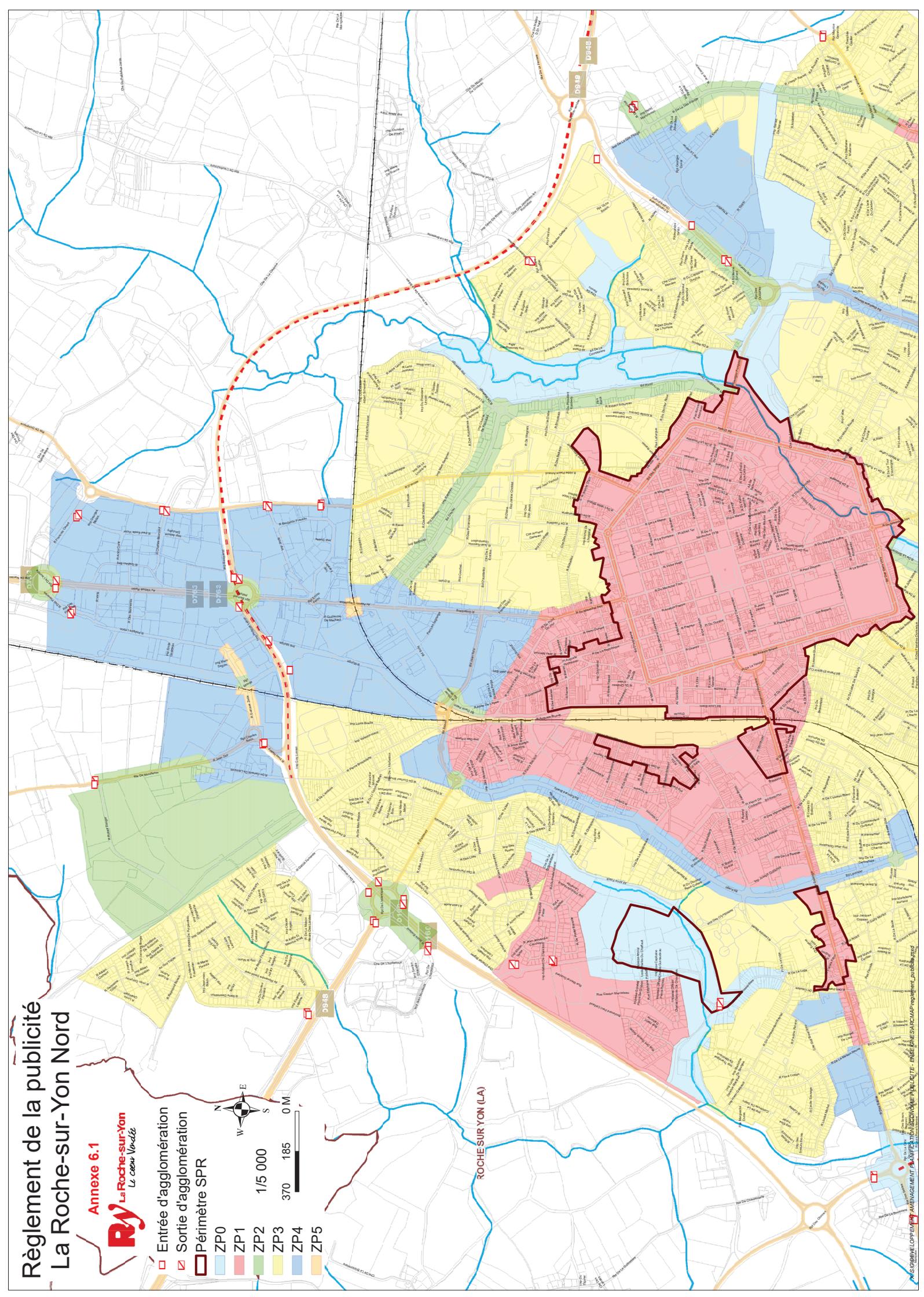
Annexe 6.1

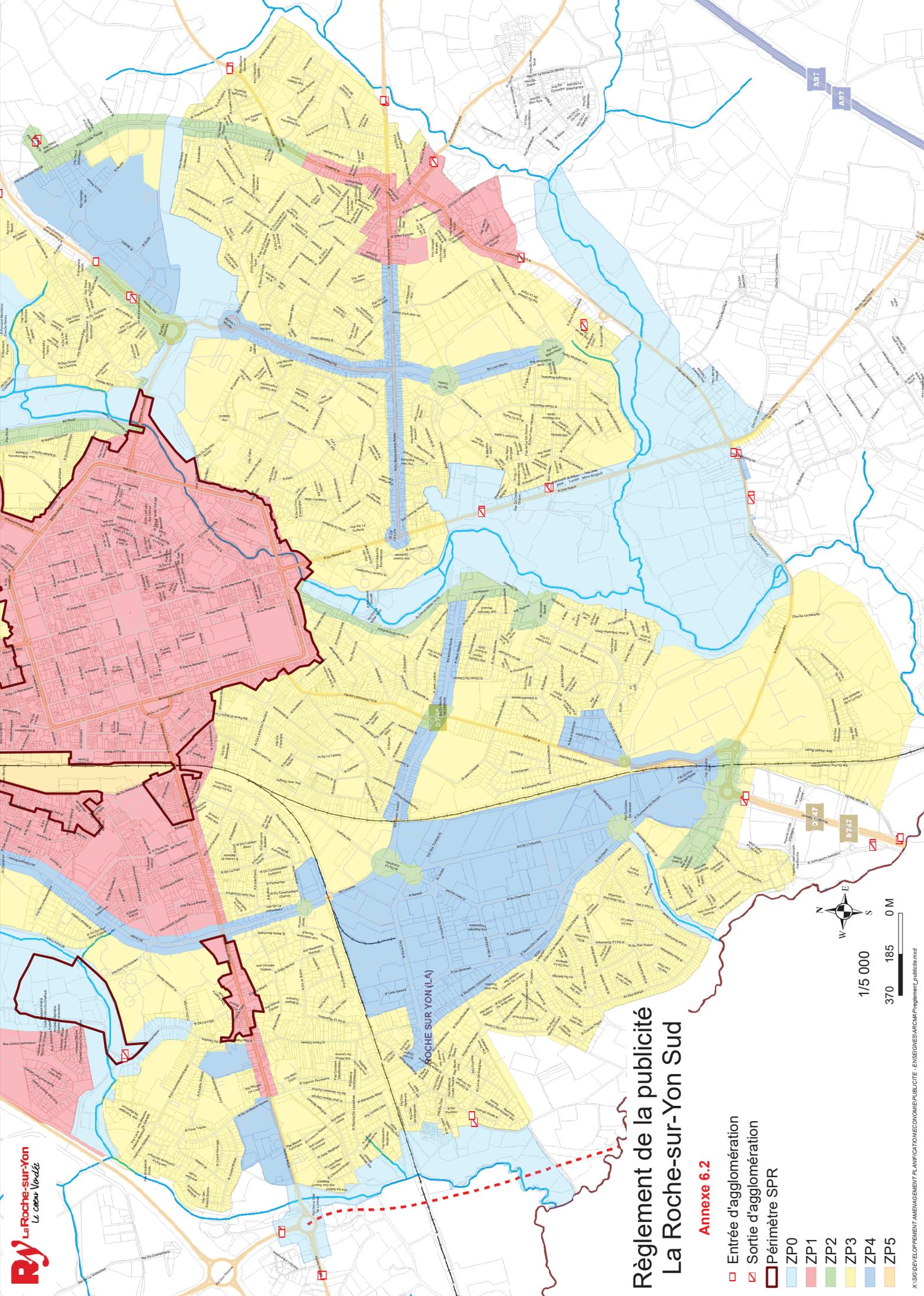


- Entrée d'agglomération
  - Sortie d'agglomération
  - Périmètre SPR
  - ZP0
  - ZP1
  - ZP2
  - ZP3
  - ZP4
  - ZP5
- 1/5 000
- 370 185 0 M



ROCHESUR YON (LA)

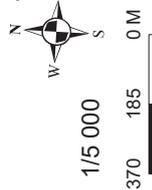




# Règlement de la publicité La Roche-sur-Yon Sud

## Annexe 6.2

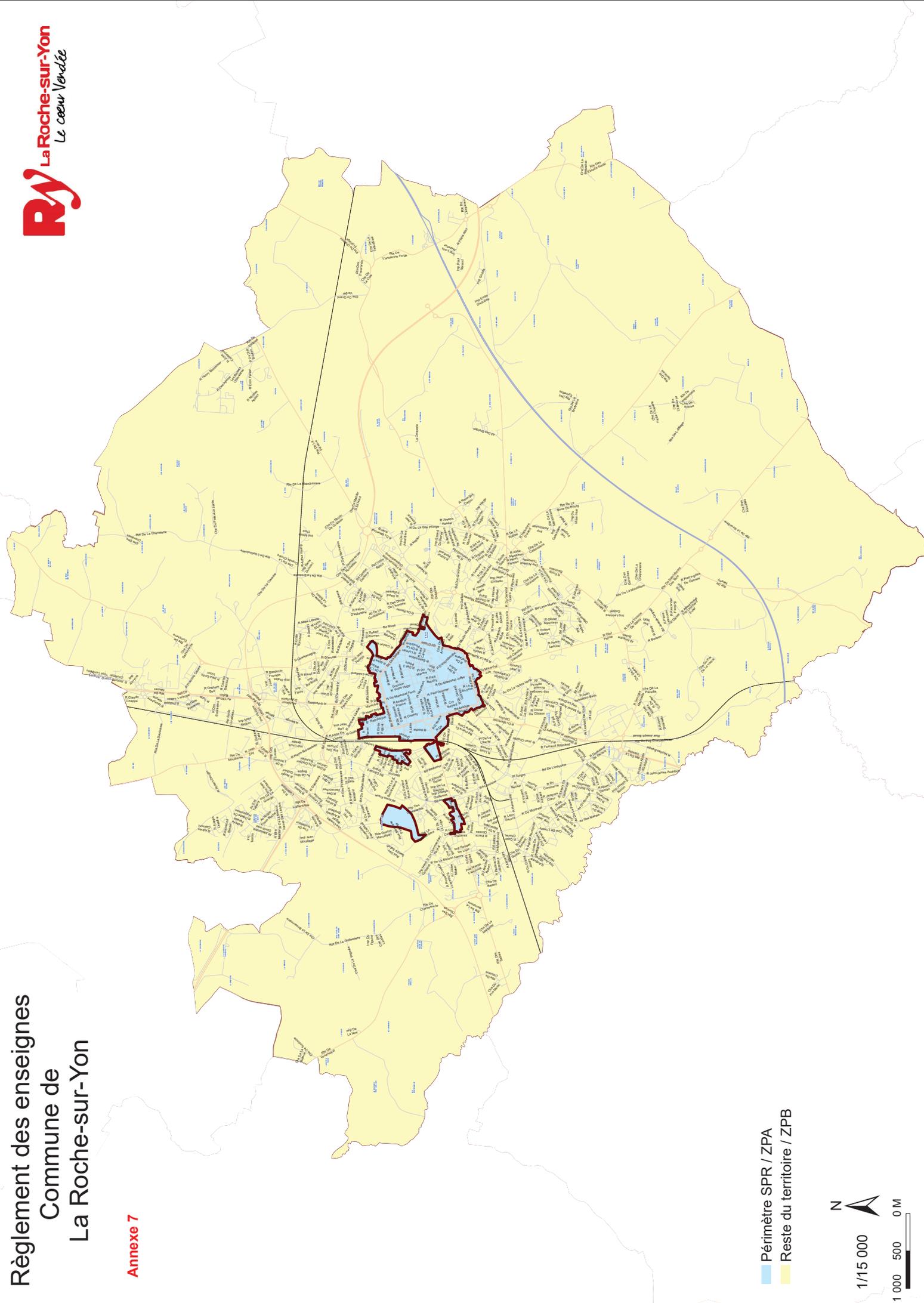
- Entrée d'agglomération
- ▣ Sortie d'agglomération
- ▭ Périmètre SPR
- ZP0
- ZP1
- ZP2
- ZP3
- ZP4
- ZP5



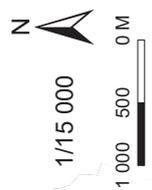
# Règlement des enseignes Commune de La Roche-sur-Yon



## Annexe 7



- Périmètre SPR / ZPA
- Reste du territoire / ZPB



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Gestion de l'Occupation du Domaine Public

RDP 2020-2565

SERVICE VOIRIE DEPLACEMENT ECLAIRAGE

Rue La Fayette

85000 LA ROCHE-SUR-YON

[julien.bremaud@larochesuryon.fr](mailto:julien.bremaud@larochesuryon.fr)

Arrêté permanent N° 20-AP-02285

Arrêté de circulation

**Le Maire de la Roche-sur-Yon,**

Vu le Code général des collectivités territoriales et notamment les articles L. 2213-1 et L2213-6

Vu le Code de la route et notamment les articles R. 411-8 et R. 411-25

Vu l'arrêté municipal n° 20-0656 en date du 13 juillet 2020 donnant le droit de signature à M. Patrick DURAND;

Considérant qu'il incombe à l'autorité détentrice du pouvoir de police de circulation de veiller à la sécurité des usagers de la voie publique,

**Considérant qu'il convient d'adapter aux nouvelles conditions d'urbanisation les limites d'agglomération de La Roche-sur-Yon,****ARRÊTE****CET ARRETE ANNULE ET REMPLACE L'ARRETE NUMERO 20-AP-00599****ARTICLE 1****La zone délimitée par les localisations suivantes constitue l'agglomération de La Roche-sur-Yon :**

- AVENUE YITZHAK RABIN (proximité du rond-point de L'EUROPE) voir le point numéro 01 sur le plan
- RUE PAUL EMILE VICTOR voir le point numéro 02 sur le plan
- RUE CHARLES BOURSEUL voir le point numéro 03 sur le plan
- RD37 - GPS N46°41'18.2N - 1°25'26.7W point 5
- RD37 - GPS 46°41'26.4N - 1° 25'28.6W point 5a
- VOIE COMMUNALE DE MOULIN PAPON - GPS 46°41'22.9N - 1°25'25.1W point 5b
- D 37 (route DE DOMPIERRE SUR YON) voir le point numéro 06 sur le plan
- RUE ROBERT BOTHEREAU voir le point numéro 07 sur le plan
- RUE HUBERT CAILLER voir le point numéro 08 sur le plan
- RUE DU MARECHAL KOENIG voir le pont numéro 09 sur le plan
- RUE PYTHAGORE voir le point numéro 10 sur le plan
- RUE FRANCOIS-RENE CHATEAUBRIAND voir le point numéro 11 sur le plan
- D 80 (route de CHATEAU FROMAGE) voir le point numéro 12 sur le plan
- D 248 (ROUTE de LA CHAIZE LE VICOMTE) voir le point numéro 13 sur le plan
- RD 88 (Point GPS 46, 655085 ; - 1,390864) voir le point numéro 14 sur le plan
- RUE EMILE BAUMANN voir le point numéro 15 sur le plan
- BOULEVARD LEON MARTIN voir le point numéro 16 sur le plan
- RUE OLOF PALME voir le point numéro 17 sur le plan
- BOULEVARD JEAN REILLER voir le point numéro 18 sur le plan
- RUE GEORGES MAZURELLE voir le point numéro 19 sur le plan
- RUE BUNSEN voir le point numéro 20 sur le plan
- D 747 (ROUTE DE LA TRANCHE SUR MER) voir le point numéro 21 sur le plan
- RUE NICOLAS BAUDIN voir le point numéro 22 sur le plan
- RUE JOHN-JAMES AUDUBON voir le point numéro 23 sur le plan

Conformément aux dispositions de la loi 78-17 du 06/01/1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, le bénéficiaire est informé qu'il dispose d'un droit d'accès et de rectification qu'il peut exercer, pour les informations le concernant, auprès du Service Aménagement Urbain de la Ville de La Roche-sur-Yon.

La présente décision pourra faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif compétent dans les 2 mois à compter de sa notification.

- RUE AUGUSTE MURAIL voir le point numéro 24 sur le plan
- D 760 (ROUTE DES SABLES D'OLONNE) voir le point numéro 25 sur le plan
- D 42 (ROUTE DE VENANSAULT) voir le point numéro 26 sur le plan
- CHEMIN DU MAGNOU voir le point numéro 27 sur le plan
- RUE DE LA BROSSARDIERE voir le point numéro 28 sur le plan
- RUE HENRI GUERIF voir le point numéro 29 sur le plan
- RUE ANDRE BRETAUD voir le point numéro 30 sur le plan
- D 160 (ROND POINT DE L'ATLANTIQUE) voir le point numéro 31 sur le plan
- D 160 (ROND POINT DE L'ATLANTIQUE) voir le point numéro 33 sur le plan
- D 948 (ROUTE D'AIZENAY) voir le point numéro 32 sur le plan
- D 948 (ROUTE D'AIZENAY) voir le point numéro 34 sur le plan
- LE VIGNEAU voir le point numéro 35 sur le plan
- D 2 (ROUTE DE MOUILLERON LE CAPTIF) voir le point numéro 36 sur le plan
- RUE YVES HELARY voir le point numéro 37 sur le plan
- RUE MONGE voir le point numéro 38 sur le plan
- RUE PHILIPPE LEBON voir le point numéro 40 sur le plan
- VOIE COMMUNALE DE LA NOUE voir point numéro 45 sur le plan
- VOIE DEPARTEMENTALE E160563D - Point relais 0 + 00 mètres à PR 0 + 23 m (Collectrice Sud Est ROND POINT BERNARD PALISSY) voir le point 04A sur le plan
- VOIE DEPARTEMENTALE E160563A - Point Relais 0 + 444 mètres à PR 0 + 468 m (Collectrice Nord Est ROND POINT BERNARD PALISSY) voir le point 04B sur le plan
- VOIE DEPARTEMENTALE E160563B - Point relais 0 + 00 mètre à PR 0 + 30 m (Collectrice Nord Ouest ROND POINT BERNARD PALISSY) voir le point 04C sur le plan
- VOIE DEPARTEMENTALE E160572D point relais 0 + 300 mètres à PR 0 + 320 mètres (Collectrice Sud Ouest ROND POINT BERNARD PALISSY) voir sur le point 04D sur le plan

La zone dénommée "CHATEAU FROMAGE" délimitée par les localisations suivantes constitue une enclave à l'agglomération de La Roche-sur-Yon :

- D 80 (ROUTE DE LA ROCHE-SUR-YON) voir le point numéro 41 sur le plan
- D 80 (ROUTE DE LA FERRIERE) voir le point numéro 42 sur le plan
- CHEMIN DE LA TETAUDIÈRE voir le point numéro 43 sur le plan
- D 101 A (ROUTE DE L'ANCIENNE FORGE) voir le point numéro 44 sur le plan

## **ARTICLE 2**

La signalisation réglementaire conforme aux dispositions de l'Instruction Interministérielle sur la signalisation routière sera mise en place par LE CENTRE TECHNIQUE MUTUALISE.

## **ARTICLE 3**

Le présent arrêté et les dispositions qu'il définit abrogent et remplacent toutes les dispositions contraires antérieures.

## **ARTICLE 4**

Le pétitionnaire, le Directeur Départemental de la Sécurité Publique et le Directeur Général des Services, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur.

Fait le 04/12/2020

le Maire de la Roche-sur-Yon.

Luc BOUARD

Et par délégation

Adjoint à la Mairie Anne  
Propreté, Circulation,  
Patrick DURAND

Signature : PATRICK DURAND  
Signé le : 07/12/2020 16:55  
Adjoint Mairie Qualité et  
aux espaces publics  
LA ROCHE SUR YON  
Ce document a été signé numériquement.  
c7db8fe3b6ecad4078c91802442c9082495f87da



Conformément aux dispositions de la loi 78-17 du 06/01/1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, le bénéficiaire est informé qu'il dispose d'un droit d'accès et de rectification qu'il peut exercer, pour les informations le concernant, auprès du Service Aménagement Urbain de la Ville de La Roche-sur-Yon.

La présente décision pourra faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif compétent dans les 2 mois à compter de sa notification.

## Plan de positionnement des panneaux

### Légende :

- 01 – Avenue Yitzhak Rabin Rond-point de l'Europe
- 02 – Rue Paul-Emile Victor
- 03 – Rue Charles Bourseul
- 04a - D160 Rond-point B. Palissy Sud-Est
- 04b - D160 Rond-point B. Palissy Nord-Est
- 04c - D160 Rond-point B. Palissy Nord-Ouest
- 04d - D160 Rond-point B. Palissy Sud-Ouest
- 05 – D37 (Route de Dompierre-sur-Yon)
- 05a - D37 (Route de Dompierre-sur-Yon)
- 05b - Voie communale de Moulin Papon
- 06 – D37 (Route de Dompierre-sur-Yon)
- 07 – Rue Robert Bothereau
- 08 – Rue Hubert Cailler
- 09 – Rue du Maréchal Koenig
- 10 – Rue Pythagore
- 11 – Rue Francois-René Chateaubriand
- 12 – D80 (Route de Chateau Fromage)
- 13 – D 248 (Route de la Chaize le Vicomte)
- 14 – RD 88 (Route de la Limouzinière)
- 15 – Rue Emile Bauman
- 16 – Boulevard Léon Martin
- 17 – Rue Olof Palme
- 18 – Boulevard Jean Reillier
- 19 – Rue George Mazurelle
- 20 – Rue Bunsen
- 21 – D747 (Route de la Tranche)
- 22 – Rue Nicolas Baudin
- 23 – Rue John-James Audubon
- 24 – Rue Auguste Murail
- 25 – D760 (Route des sables)
- 26 – D42 (Route de Venansault)
- 27 – Chemin de Magnou
- 28 – Rue de la Brossadière
- 29 – Rue Henri Guérif
- 30 – Rue Andrée Bretau
- 31 – D160 Rond-point de l'Atlantique
- 32 – D948 (Route d'Aizenay)
- 33 – D160 Rond-point de l'Atlantique
- 34 – D 948 (Route d'Aizenay)
- 35 – Route le Vigneau
- 36 – D2 (Route de Mouilleron)
- 37 – Rue Yves Helary
- 38 – Rue Monge
- 39 – D160 Rond-point B. Palissy
- 40 – Rue Philippe Lebon
- 45 – Voie communale La Noue

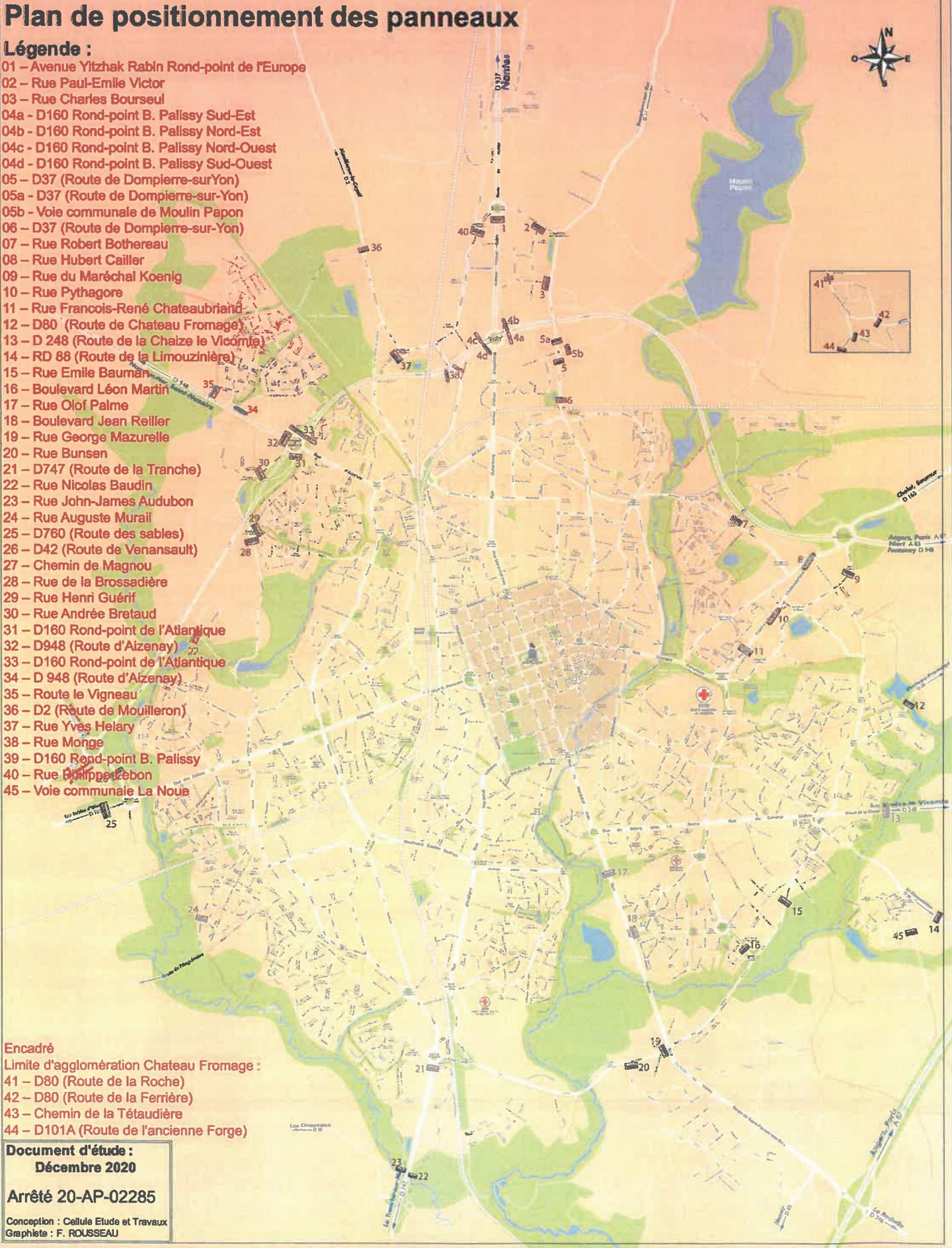
### Encadré

- Limite d'agglomération Chateau Fromage :
- 41 – D80 (Route de la Roche)
  - 42 – D80 (Route de la Ferrière)
  - 43 – Chemin de la Tétaudière
  - 44 – D101A (Route de l'ancienne Forge)

Document d'étude :  
Décembre 2020

Arrêté 20-AP-02285

Conception : Cellule Etude et Travaux  
Graphiste : F. ROUSSEAU



## Annexe 9 / Lexique

### **Auvent :**

Un auvent est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture. Lorsqu'il est vitré, il prend le nom de marquise.

### **Bâche comportant de la publicité :**

Deux catégories de bâches peuvent comporter de la publicité. Les bâches de chantier et les bâches publicitaires.

### **Bâche de chantier :**

Bâche comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

### **Bâche publicitaire**

Toute bâche comportant de la publicité autre que la bâche de chantier.

### **Baie :**

Le terme baie désigne toute ouverture pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.). Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

### **Bardage :**

Habillage d'une paroi verticale. Terme utilisé pour l'habillage du dos des panneaux d'affichage.

### **Carrefour / Rond-point :**

Carrefour comportant un terre-plein central matériellement infranchissable, ceinturé par une chaussée mise à sens unique par la droite sur laquelle débouchent différentes routes et annoncé par une signalisation spécifique.

### **Chantier :**

Le terme "chantier" définit la période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

### **Chevalet :**

Dispositif publicitaire ou préenseigne installée directement sur le sol généralement devant un établissement commercial.

### **Clôture :**

Le terme "clôture" désigne toute construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

### **Clôture aveugle :**

Une clôture aveugle est une clôture pleine, ne comportant pas de partie ajourée.

**Clôture non aveugle :**

Une clôture non aveugle est constituée d'un grillage ou d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

**Corniche :**

Ornement en saillie sur un mur destiné à protéger de la pluie.

**Devanture :**

Une devanture est le revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

**Dispositif d'affichage :**

Le terme " dispositif d'affichage" désigne un dispositif spécialement conçu pour recevoir ou permettre l'exploitation d'une affiche ou de plusieurs affiches visibles successivement. Il peut comporter un plateau, un cadre, un piétement et des accessoires de sécurité ou d'éclairage.

**Dispositif numérique (enseigne ou publicité) :**

Dispositif d'affichage composé de diodes électro- lumineuses

**Dispositif publicitaire :**

Le terme "dispositif publicitaire" désigne un dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

**Domaine SnCF :**

Dépendance du domaine public affecté au réseau ferré .

**Droit (d'un établissement d'une façade d'une unité foncière) :**

Partie de terrain située devant un établissement, une façade ou une unité foncière, perpendiculaire à celui-ci ou celle-ci.

**Durable :**

Les matériaux durables sont le bois, le plexiglas, le métal, la toile plastifiée imputrescible...

**Éléments architecturaux ou décoratifs :**

Ce sont les corniches, têtes de mur, pierres de harpage, bas-relief, etc.

**Emplacement publicitaire :**

L'emplacement publicitaire est le lieu précis où est implanté soit un dispositif d'affichage unique, soit l'ensemble formé par deux dispositifs d'affichage alignés verticalement et horizontalement pour les muraux. Pour les portatifs, les dispositifs d'affichage peuvent former un angle entre eux.

**Encadrement(d'un dispositif publicitaire) :**

Le cadre d'un dispositif publicitaire est la partie du dispositif qui entoure l'affiche (dit également « moulure »)

**Enseigne :**

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

**Enseigne éclairée :**

Une enseigne éclairée par spots, caisson, projection.

**Enseigne lumineuse :**

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet. (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...).

**Enseigne temporaire :**

Enseigne qui signale

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristiques ;
- des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- pour plus de trois mois des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ;
- pour plus de trois mois la location ou la vente de fonds de commerce

**Entrée ou sortie de ville :**

Lieu matérialisé par la présence des plaques réglementaires (EB 10 ou EB 20).

**Face (d'un panneau publicitaire) :**

Surface plate verticale supportant l'affiche.

Un dispositif scellé au sol peut être simple ou « double-face ».

**Façade aveugle :**

Murs des bâtiments ne comportant aucune baie ou jour de souffrance de surface supérieure à 0,5 m<sup>2</sup>.

**Lambrequin :**

Bandeau d'ornement en bois ou en tôle ajourée, disposé en partie supérieure des marquises, des baies...

Il désigne également la partie tombante en partie basse d'un store de toile.

**Linéaire de façade :**

Côté de l'unité foncière pris en compte pour le calcul de la densité publicitaire

**Marquise :**

Auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

**Micro affichage / Publicité de petit format :**

Publicité intégrée dans les devantures commerciales au sens d'article L.581-8-III du code de l'environnement et dont le format unitaire ne dépasse pas 1m<sup>2</sup>

**Mobilier urbain publicitaire :**

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du Code de l'environnement.

Il s'agit :

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis.
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial.
- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel.

- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.
- des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

**Mobilier urbain d'information :**

Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local (information projets, activités municipales)

**Mur de clôture :**

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

**Oriflamme :**

Bannière d'apparat longue et effilée

**Ouverture de surface réduite :**

Ouvertures dont la surface est inférieure à 0,5m<sup>2</sup>.

**Palissade de chantier :**

Une palissade de chantier est une clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

**Préenseigne :**

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

**Préenseigne temporaire :**

Préenseigne qui signale

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristiques ;
- des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

**Projection ou transparence (éclairage par) :**

La source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle l'éclaire lorsque la luminosité est trop faible.

**Publicité :**

Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

**Publicité lumineuse :**

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme de la publicité lumineuse mais suivent le régime de la publicité .

**Saillie :**

La saillie est la distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

**Store :**

Un store est un rideau de toile destiné à abriter une baie du soleil ou des intempéries.

**Support :**

Le terme "support" désigne toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

**Surface d'un mur :**

La surface d'un mur désigne la face externe, apparente du mur.

**Surface utile :**

Se dit de la surface d'un dispositif publicitaire affectée à l'affiche.

**Surface totale :**

Se dit de la surface de l'affiche /écran ,de son encadrement ,hors pied )

**Unité foncière :**

L'unité foncière est l'ilot de propriété constitué par la parcelle ou l'ensemble des parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à une même division.

Le linéaire de façade pris en compte pour l'application des règles limitant les dispositifs par unité foncière est celui de la façade visible depuis la voie.

**Commune La Roche-sur-Yon (85)**

**Enquête publique  
réalisée du 17 mai 2021 à 9h au 2 juin 2021 à 12h inclus,  
portant sur :  
Le projet de révision du règlement local de publicité.**

Commissaire enquêteur : Bruno RIVALLAND

**RAPPORT – CONCLUSIONS- AVIS MOTIVE**



**1<sup>Ere</sup> PARTIE : RAPPORT D'ENQUETE**



## 1. CONTEXTE REGLEMENTAIRE

- ❖ Le Code général des collectivités territoriales et notamment l'article L2224-10,
- ❖ le Code de l'urbanisme et notamment ses articles L153-11 et suivants ainsi que R153-1 et suivants,
- ❖ Le Code de l'environnement et notamment les articles L123-1 et suivants, ainsi que R123-1 et suivants, régissant les enquêtes publiques relatives aux opérations susceptibles d'affecter l'environnement,
- ❖ La loi 78-753 du 17 juillet 1978 modifiée portant diverses mesures d'amélioration des relations entre l'administration et le public et diverses dispositions d'ordre administratif, social et fiscal,
- ❖ La loi 2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) dite loi Grenelle II,
- ❖ Le décret modifié n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes,
- ❖ Le décret n° 2011-2018 du 29 décembre 2011 modifié portant réforme de l'enquête publique relative aux opérations susceptibles d'affecter l'environnement,
- ❖ L'ordonnance n° 2016-1060 du 3 août 2016 portant réforme des procédures destinées à assurer l'information et la participation du public à l'élaboration de certaines décisions susceptibles d'avoir une incidence sur l'environnement,
- ❖ Les délibérations du Conseil Municipal en date du 18 septembre 2018 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité communal de La Roche-sur-Yon et fixant les modalités de concertation,
- ❖ La délibération du Conseil Municipal en date du 8 décembre 2020 portant débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité,
- ❖ La délibération du Conseil Municipal en date du 2 février 2021 arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) et tirant le bilan de la concertation,
- ❖ La notification du projet de RLP aux personnes publiques et les avis recueillis sur celui-ci dans le cadre de la procédure de consultation au titre des articles L153-12 à 153-17 et R153-6 du Code de l'urbanisme et suivants et au titre de l'article,
- ❖ Les listes départementales d'aptitude aux fonctions de commissaire enquêteur établies au titre de l'année 2021;
- ❖ La décision N° E21000021/85, de désignation d'un commissaire enquêteur en date du 22 février 2021 par le Président du Tribunal Administratif de Nantes désignant Monsieur Bruno RIVALLAND en qualité de commissaire enquêteur ;
- ❖ La déclaration sur l'honneur de Monsieur Bruno RIVALLAND pour conduire l'enquête en qualité de commissaire enquêteur, rédigée à la demande du Tribunal Administratif de Nantes;
- ❖ Les pièces du dossier soumis à l'enquête publique ;

## **2 .CADRE GENERAL DE L'ENQUÊTE**

### **2.1 Objet de l'enquête**

L'élaboration du Règlement Local de Publicité suite à la décision du Conseil Municipal dans sa séance du 2 février 2021 d'en arrêter le projet tout en tirant le bilan de la concertation.

Le RLP est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Il permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales dans le but de protéger le cadre de vie, de réduire la pollution visuelle et ainsi de valoriser les paysages. Il est soumis à enquête publique au titre des "projets, plans et programmes ayant une incidence sur l'environnement".

### **2.2 Cadre juridique de l'Enquête**

Conformément à l'article L581-1 du Code de l'environnement, "chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes ". Cette liberté d'expression s'opère sous réserve du respect des prescriptions nationales relatives à la publicité extérieure.

Le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale – communément appelée Règlement National de la Publicité (RNP) – applicable sur l'ensemble du territoire national. Il est régi aux articles L581-1 et suivants et aux articles R581-1 et suivants du Code de l'environnement.

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE), ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012 portant réglementation nationale de la publicité extérieure, ont profondément réformé les règles nationales relatives aux publicités, aux pré-enseignes et aux enseignes et la répartition des compétences en matière de publicité.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter le Règlement National de Publicité (RNP) aux spécificités de la commune. L'objectif est d'apporter une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager et naturel de la commune qu'il convient de protéger.

Les procédures d'élaboration, de révision ou de modification d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sont identiques à celles relatives au Plan Local d'Urbanisme.

### 3. PRESENTATION GENERALE DU PROJET

#### 3.1 Présentation sommaire de la commune

La ville de La Roche-sur-Yon est située au centre du département de la Vendée et en est son chef lieu. Elle compte aujourd'hui 54 372 habitants. La Roche-sur-Yon est une commune urbaine, et elle fait partie des communes denses ou de densité intermédiaire, au sens de la grille communale densité.

La Roche-sur-Yon est le siège de la communauté d'agglomération nommée « La Roche-Agglomération » qui regroupe 13 communes et qui est la structure intercommunale la plus peuplée de Vendée avec 96 286 habitants. Par ailleurs, cette ville est l'aire d'attraction principale pour 45 communes situées en toute proximité et dans un rayon de 20 kilomètres environ.

Egalement, La Roche-sur-Yon est le principal pôle commercial du département et offre des surfaces de vente diverses et variées : commerces de proximité en centre ville (principalement la rue Clémenceau, la place Napoléon et le quartier des halles) et deux zones commerciales majeures situées en périphérie de la ville, l'une au nord (Les flâneries) et l'autre au sud (Sud avenue).

Le plan géométrique pentagonal du centre ville napoléonien, fait que l'on parle « du Pentagone » pour le cœur de ville. Ce dernier correspond majoritairement au périmètre de l'Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP), valant site patrimonial remarquable, complété par les quartiers tout proches de la gare et du Sacré Cœur. Le bourg de Saint André d'Ornay, le secteur paysager de la Brossardière et la vallée de l'Yon qui traverse le Pentagone complètent majoritairement cette zone spécifique.



### **3. 2 Contexte local**

La commune affiche une volonté d’agir au regard des enjeux économiques tout en s’inscrivant dans une démarche environnementale, qui notamment retient la mise en valeur des espaces publics aux entrées de ville et en centre ville. Dans cet environnement évolutif qui voit le contexte urbain se modifier et de fait conduit les responsables de la commune à réfléchir sur de nouveaux périmètres autres que ceux définis au sein de l’actuel RLP, une révision de ce dernier est proposé en lien avec le plan local d’urbanisme approuvé le 7 octobre 2009 et en cours de révision.

La délibération n° 14 du conseil municipal du 18 septembre 2018, intitulée « Prescription pour la révision du RLP » retient à la fois, les évolutions réglementaires, la définition de l’Aire de Mise en Valeur de l’Architecture et du Patrimoine (AVAP) sur la commune, l’évolution du contexte urbain qui incite à penser un réajustement des périmètres définis au sein du RLP en cours et les nouvelles obligations sur les modalités de concertation qui se doivent d’associer les habitants de la commune, les associations locales représentatives et l’ensemble des autres organismes et personnes concernés.

### **3.3 Nature et caractéristiques principales du projet de révision du RLP proposé à l’enquête publique**

Conformément à la loi et selon son article R581-72 du code de l’environnement, le projet de révision du RLP qui est abordé dans l’extrait du registre des délibérations du conseil municipal du 2 février 2021 au point 25 est composé, d’une partie réglementaire, d’un rapport de présentation et d’annexes cartographiques.

A noter que lorsqu’une commune se dote d’un RLP, ce dernier se substitue au régime général, sachant que pour tout ce qui n’est pas prévu dans le RLP révisé, ce sont les dispositions du Règlement National de Publicité (RNP) qui s’appliquent.

#### **3.3.1 Objectifs et orientations**

A l’issu du diagnostic réalisé au premier trimestre 2019, les enjeux objectivés en matière de publicité et d’enseignes trouvent leur déclinaison par l’identification de secteurs spécifiques à prendre en considération et qui seraient susceptibles de donner matière à intervention particulière.

Ce diagnostic qui recense les enjeux architecturaux et paysagers, identifie les zones impactées par la pression publicitaire au regard de leur forte activité économique, détermine les critères de pollution visuelle, fait apparaître les conformités, mais aussi les non conformités potentielles de certains dispositifs avec la réglementation de la publicité, propose des pistes d’action pour aborder les éléments identifiés comme primordiaux et donne les axes principaux qui vont orienter la révision du RLP, à savoir :

- Mettre le RLP en conformité avec le nouveau cadre légal.
- Préserver et valoriser les composantes naturelles et paysagères.

- Renforcer l'attractivité de la commune en conciliant développement économique et protection du cadre de vie.
- Préserver les entrées de ville.
- Prendre en compte les nouveaux types de dispositifs et de technologie supportant la publicité.
- Elaborer des prescriptions spécifiques, au niveau implantation et insertion qualitatives des dispositifs.

La commune de La Roche-sur-Yon affiche des objectifs qui sont de préserver les espaces naturels et agricoles, de valoriser le patrimoine bâti historique, de proposer un traitement spécifique aux abords des carrefours et rond points, de prendre en compte les différentes caractéristiques urbaines et ambiances paysagères, de traiter les voies structurantes et les entrées de ville selon les enjeux paysagés traversés et d'identifier les axes à traiter au niveau des zones d'activités économiques et commerciales, lieux où la publicité est potentiellement prégnante.

### 3.3.2 Zonage retenu

Le zonage retenu sur le territoire communal est identifié à partir des notions de publicité, enseignes et pré-enseignes.

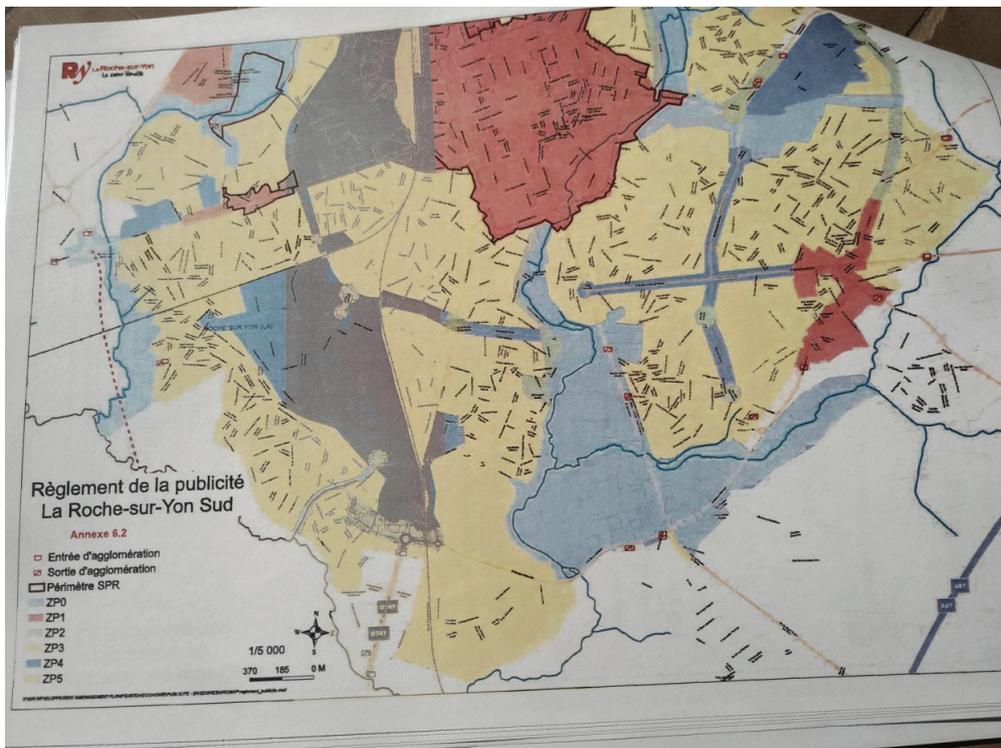
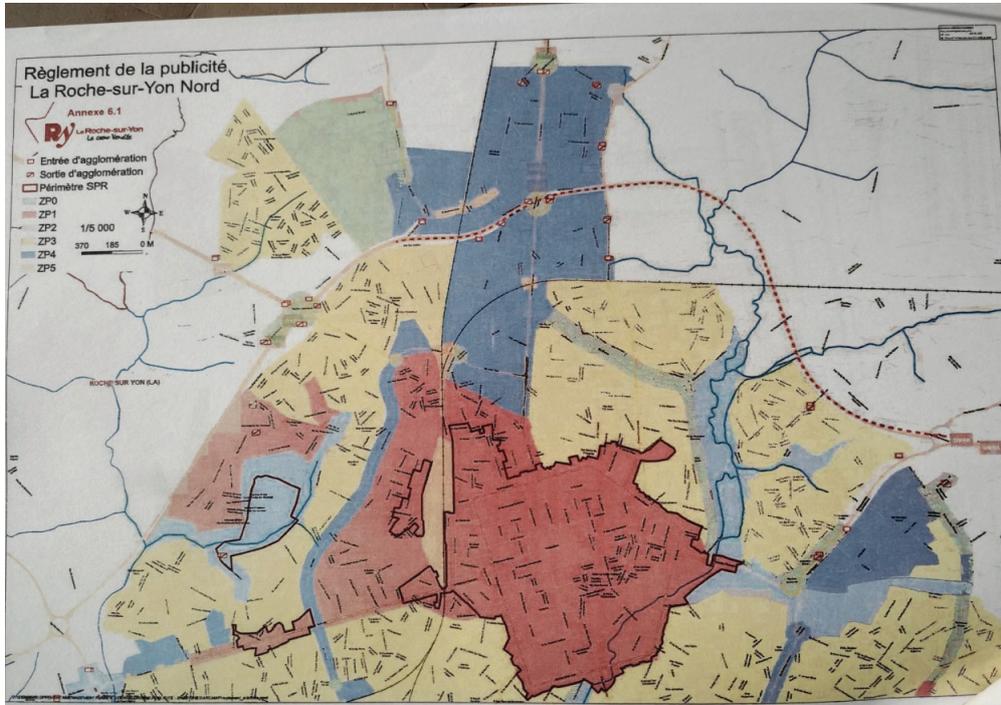
Les définitions légales sont énoncées en préambule du projet de révision du RLP.

Afin d'adapter les dispositions réglementaires aux spécificités de chaque secteur de la ville, cinq zones de publicité (Z.P 0 ; Z .P 1 ; Z.P 2 ; Z.P 3 ; Z.P 4) plus la zone particulière SNCF (Z.P 5) ont été définies concernant **la publicité et les pré-enseignes**.

- La Z.P 0 correspond aux espaces protégés comme en autre les coulées vertes
- La Z.P 1 qui comprend principalement le Pentagone (hyper centre ville), la zone identifiée Site Patrimoine Remarquable (SPR), les quartiers en toute proximité du Pentagone comme les quartiers de la gare et du Sacré Cœur dont le cimetière du Point du Jour, les centres bourgs de St André d'Ornay et du Bourg sous La Roche (anciennes communes indépendantes avant la fusion avec La Roche-sur-Yon en 1964), la Brossardière et enfin des rues spécifiques comme les rues Salengro, Jacques Cartier et l'impasse des trois ponts ( la partie concernée des rues citées est précisée à partir de la numérotation).
- La Z.P 2 qui concerne les axes d'intérêt paysagers, les carrefours et rond points structurants.
- La Z.P 3 qui intègre majoritairement des zones résidentielles et à vocation résidentielle.
- La Z.P 4 qui comprend en autre les axes de circulation dans leurs parties agglomérées, les zones d'activité en agglomération.
- La Z.P 5 qui correspond au secteur SNCF.

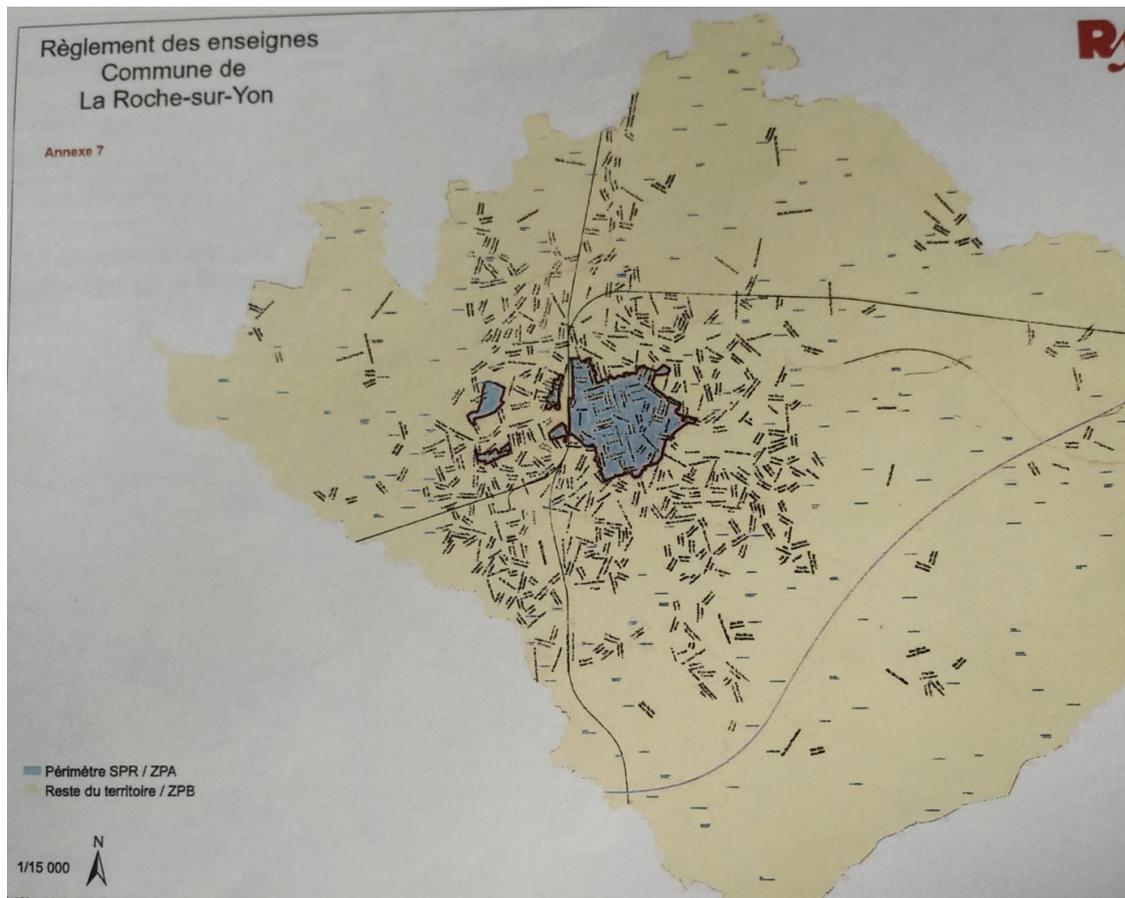
La totalité de l'identification précise des zones, quartiers, rues, axes, ronds-points, coulées vertes est précisé dans l'article 3 du projet de RLP et fait l'objet d'un tableau en fin du rapport de présentation.

Les deux cartes ci-dessous permettent de visualiser les différentes zones sur le territoire yonnais.



**Pour les enseignes, deux zones de publicité sont identifiées (ZP.A et ZP.B)**

- La ZP.A pour le Pentagone et le SPR
- La ZP.B pour le reste du territoire communal.



### 3.4 Concertation préalable

Conformément à la délibération du conseil municipal du 18 septembre 2018, complétée par les délibérations des 8 décembre 2020 et du 2 février 2021, la concertation a été mise en place tout au long de la procédure de révision du RLP, afin que ces documents qui en précisent notamment les objectifs soient connus et partagés.

Le site internet de la ville <https://www.larochesuryon.fr> permet d'accéder aux éléments constituant le projet de révision du RLP. Il contient l'ensemble de la documentation afférant au projet de révision du RLP, pour en détailler les objectifs et en visualiser les plans.

On y retrouve

- Les plans afférant au projet

- le RLP de juin 2011.
- Le courrier du Directeur Départemental des Territoires et de la Mer à Monsieur le Maire de La Roche-sur-Yon dont l'objet est le « Porter à connaissance dans le cadre de la révision du Règlement Local de Publicité »
- La délibération du conseil municipal de septembre 2018 qui contient la prescription pour la révision du RLP.
- La délibération du conseil municipal de décembre 2020 au titre du débat sur les orientations générales du projet de révision du RLP, qui intègre le document de présentation pour l'information du public sur les orientations du RLP 2021.
- La délibération du 2 février 2021 pour le bilan de la concertation et pour l'arrêt du projet de révision du RLP.
- L'information du public et les orientations du RLP 2021
- L'arrêté du projet

Cinq comptes rendus de réunions organisées par la municipalité sont également à disposition du public sur ce même site :

- Réunion du 5/03/2019 avec les Personnes Publiques Associées (PPA)
- Réunion du 9/05/2019 avec les PPA et afficheurs
- Réunion du 11/06/2019 avec les associations de commerçants
- Réunion du 09/10/2019 avec les afficheurs
- Réunion du 26/11/2019 avec les associations de commerçants

*Le commissaire enquêteur a vérifié l'accessibilité à ce site. Ce dernier a été complété pendant la durée de l'enquête par les observations adressées par mail par le public, les associations et les professionnels de la publicité.*

Un registre a également été mis à disposition des habitants de La Roche-sur-Yon dans les locaux de la mairie au 5 rue Lafayette, accompagné du RLP en cours. Le conseil municipal du 2 février 2021 fait le constat qu'aucune observation a été consignée.

Quatre parutions dans le journal Ouest France ont fait état du projet de révision du RLP les 30/10/2018 (Avis administratif prescription du RLP) pour ses éditions Vendée, Maine et Loire et Loire Atlantique et le 29/11/2018 pour l'édition Vendée.

*Le commissaire enquêteur retient que la parution du 29/11/2018 fait état d'un collectif (Résistance à l'agression publicitaire). Ce dernier, selon lui pointe du doigt l'agression publicitaire en ville. Ce collectif dénonce en outre « des panneaux lumineux coûteux, allumés en pleine nuit pour quelle audience ? ». Cette question de l'éclairage et plus largement du numérique est abordée à partir de l'analyse des observations du public et des associations qui reprennent largement cette thématique.*

Le 2 février 2021, le conseil municipal a tiré le bilan de la concertation organisée dans le cadre de la révision du RLP. De manière non exhaustive, les conclusions du bilan font apparaître les éléments suivants:

- Les Personnes publiques associées ont manifestés leur accord vis-à-vis des propositions que contient le projet de révision du RLP ou n'ont pas répondu dans les délais impartis.
- Les échanges avec les professionnels ont permis de mieux cerner leurs problématiques et ainsi de pouvoir proposer des orientations générales et des adaptations nécessaires.
- Les habitants n'ont pas apporté d'observations spécifiques. Néanmoins, pour pondérer ce constat, il faut retenir l'absence d'organisation d'une réunion publique. La municipalité évoque notamment le contexte sanitaire pour expliquer cette situation.

### 3.5 Composition du dossier d'enquête

Conformément à la loi et selon l'article R581-72 de l'environnement, le projet de révision du RLP, doit être composé d'un rapport de présentation et d'une partie réglementaire. Plus précisément, les documents se répartissent comme suit :

- **Rapport de présentation** (52 pages) qui comprend quatre chapitres après préambule : 1/ Contexte territorial, 2/ Contexte réglementaire, 3/ Diagnostic et 4/ Objectifs et orientations générales du RLP révisé.

- **Actes**

- **Attestation d'affichage** : Certificat d'affichage en date du 25 mars 2021
- **Parution du 30 octobre 2018** : avis administratif portant prescription de révision du règlement local de publicité.
- **Attestation de parution** : Parution dans le journal Ouest France éditions Vendée, Loire Atlantique et Maine et Loire le 30/10/2018
- **Séance du conseil municipal du 18 septembre 2018, délibération n° 14 portant prescription pour la révision du RLP** (3 pages).
- **Séance du conseil municipal du 8 décembre 2020, délibération n° 39 portant débat sur les orientations générales du projet de RLP** (30 pages) qui s'appuie sur un document de présentation de projet d'élaboration du RLP, avec une première partie sur le contexte réglementaire et communal, une deuxième partie comprenant la synthèse des conclusions du diagnostic et une troisième partie sur l'exposé des orientations du RLP.
- **Séance du conseil municipal du 2 février 2021, délibération n° 25 portant sur le bilan de la concertation et arrêt du projet de RLP** (40 pages) qui met fin à la phase de concertation. Le bilan expose l'ensemble des actions de concertation et de communication qui ont été mises en place.

- **Pièces administratives**

- **Courrier de demande de désignation** d'un commissaire enquêteur.
- **Décision du Tribunal administratif de Nantes** du 22 février 2021 désignant Monsieur Bruno RIVALLAND, en qualité de commissaire enquêteur.
- **Arrêté du 30 mars 2021** prescrivant l'ouverture de l'enquête publique relative à la révision du RLP de la commune de La Roche-sur-Yon.
- **Affiche A2** de l'avis de l'enquête publique
- **Parutions (2)** de l'avis d'enquête publique dans la presse « Ouest France et le Pays yonnais »
- **Attestations** de parution MEDIALEX

- **Texte du projet de règlement local de publicité** (19 pages), extrait du registre des délibérations du conseil municipal séance du 2 février 2021

- **Annexes** (17pages) de 1 à 9 avec schémas et cartographies

- **Pièces relatives à la concertation**

- **Compte-rendu de la réunion PPA** : en date du 5 mars 2019
- **Compte rendu de la réunion PPA/Afficheurs** : en date du 9 mai 2019
- **Compte rendu de la réunion Ville/Associations de commerçants** : en date du 11 juin 2019
- **Compte rendu de la réunion Ville/Afficheurs** : en date du 3 septembre 2019
- **Compte rendu de la réunion Ville/Afficheurs** : en date du 9 octobre 2019
- **Compte rendu de la réunion-Ville/ Associations de commerçants** : en date du 26 novembre 2019

- **Avis aux Personnes Publiques Associées (PPA)**

- **Courriers aux PPA** : en date du 11 février 2021 à destination de Monsieur le Préfet de la Vendée, de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites, commission publicité de la Préfecture de la Vendée, du Président de la chambre de commerce et d'industrie, de la Chambre d'Agriculture de la Vendée, du Président de La Roche-sur-Yon Agglomération, du Président de la Chambre des métiers, du Président du Conseil Départemental de la Vendée, de la Présidente du Conseil Régional des Pays de Loire, de la Direction Départementale des Territoires et de la mer et du Président du Syndicat Yon et Vie.

- **Accusés de réception des courriers aux PPA** : avis de réception en lien avec les 10 courriers précisés en amont.

- **Rapport pour la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des sites du 13 avril 2021** : rapport établi le 29 mars 2021 par le service Eau, Risques et Nature, Unité Nature, Territoires et Biodiversité de la Préfecture de la Vendée.

*L'ensemble de ces documents sont également accessibles sur le site <https://www.larochesuryon.fr>, le commissaire enquêteur en a vérifié l'accessibilité.*

**Le registre d'enquête** complète le dossier.

#### Analyse du commissaire enquêteur sur le dossier d'enquête

*Le dossier d'enquête est un document complet d'un point de vue réglementaire. Sa structuration à partir du rapport de présentation complété par les différentes délibérations des conseils municipaux concernant le projet de révision du RLP, facilite la compréhension chronologique des différentes étapes réglementaires à respecter. Les aspects techniques abordés de manières méthodiques sont illustrés par des schémas et croquis qui facilitent l'approche globale du projet.*

*Egalement concernant la phase concertation, le commissaire enquêteur constate que les comptes rendus des réunions relatives à la concertation intègrent le dossier et sont la traçabilité de la phase de concertation avec les différents acteurs concernés. A noter la réunion du 9 mai 2019 qui réunit à la fois les PPA et les afficheurs pour permettre d'entendre les attentes et positions de chacun vis-à-vis du projet de révision de RLP.*

### **3.6 Notification d'arrêt du projet de révision du RLP aux Personnes Publiques Associées et Consultées**

Conformément à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, la commune de La Roche-sur-Yon a transmis le projet de révision du RLP arrêté par délibération du conseil municipal du 2 février 2021, aux personnes publiques associées à son élaboration.

Ce projet de révision de RLP soumis à enquête publique a fait l'objet de 10 notifications qui sont listées et reprises dans le chapitre 5 "Analyse des Observations".

## 4. L'ENQUETE

### 4.1 Avant l'ouverture au public

**Vendredi 19 février 2021:** courriel du Tribunal Administratif proposant l'enquête au Commissaire Enquêteur qui l'accepte et transmet en retour par voie postale sa déclaration sur l'honneur précisant qu'il n'y a pas pour la conduite de l'enquête, d'incompatibilité avec ses fonctions précédentes, ni d'intérêt personnel susceptible de remettre en cause son impartialité.

**Jeudi 25 février 2021 :** courrier adressé au commissaire enquêteur pour sa désignation par le Président du tribunal administratif de Nantes sous le numéro E21000021/85.

**Vendredi 12 mars 2021 :** première réunion de début de planification de l'enquête et de ses modalités, avec Monsieur Mathieu DURQUETY **Jeudi 18 mars 2021 :** deuxième temps de réunion avec Monsieur Mathieu DURQUETY, pour la remise du dossier et la finalisation du calendrier de l'enquête, ceci notamment au regard de contraintes calendaires avancées par la commune de La Roche-sur-Yon.

**Mercredi 31 mars 2021 :** « séance de terrain » à partir d'un déplacement sur les différents sites de la ville représentatifs des différentes zones répertoriées sur le projet de révision du règlement local de publicité. Cette visite organisée par Monsieur Mathieu DURQUETY s'est faite en présence de l'avocate conseil de la ville de La Roche-sur-Yon, Madame Marie-Christine GROZDOFF.

**Mercredi 21 avril 2021 :** Le commissaire enquêteur adresse à Monsieur le Maire de La Roche-sur-Yon, un courrier dont le contenu reprend les modalités de l'enquête.

**Jeudi 22 avril 2021 et vendredi 23 avril 2021 :** 1<sup>ère</sup> parution de l'avis d'enquête publique respectivement dans les journaux Le Pays yonnais et Ouest France.

**Lundi 3 mai 2021:** visualisation sur les six sites, par le commissaire enquêteur, de l'effectivité de l'affichage de l'enquête, selon les conditions réglementaires et lieux retenus après concertation avec le représentant de la ville de La Roche-sur-Yon.

**Mercredi 12 mai 2021 :** déplacement en mairie de La Roche-sur-Yon pour coter et parapher l'intégralité du dossier qui sera mis à disposition du public au siège de l'enquête 5 rue Lafayette à La Roche-sur-Yon, en vue de l'ouverture de l'enquête le lundi 17 mai 2021 à 9h.

*Durant les différents échanges téléphoniques et de mails, ainsi que lors de l'ensemble des rencontres, les commentaires et explications apportés par Monsieur Mathieu DURQUETY, chargé du suivi du dossier ont été un plus pour le commissaire enquêteur, dans sa découverte du territoire communal concerné et pour son approche du dossier.*

*A noter cependant, qu'au regard des contraintes sanitaires liées à la pandémie, ainsi que des difficultés organisationnelles au niveau de la mairie, conséquences des restructurations architecturales en cours au niveau des locaux de la mairie et qui impactent fortement nombre de services municipaux, il n'a pas été permis de réaliser la tenue des permanences telle que souhaité initialement par le commissaire enquêteur. A savoir, la planification d'une permanence un samedi matin, jour et plage horaire qui peut faciliter l'implication de la population. Pour les mêmes raisons évoquées, la décentralisation d'une ou de deux*

*permanences vers des mairies annexes, situées au sein des quartiers périphériques de la ville n'a pu être effective également.*

## **4.2 Pendant la durée de l'enquête**

### **Déroulement chronologique de l'enquête**

**Lundi 17 mai 2021** : 1<sup>ère</sup> permanence du Commissaire Enquêteur de 9h à 12h sur le site de la mairie au 5 rue Lafayette à La Roche-sur-Yon. Le commissaire enquêteur constate l'absence de courriel et courrier et aucune observation inscrite au registre.

**Jeudi 20 mai 2021 et vendredi 21 mai 2021**: parution du deuxième avis de l'enquête publique dans les journaux Ouest France et Le Pays yonnais.

**Mercredi 26 mai 2021** : 2<sup>ème</sup> permanence du commissaire enquêteur de 9h à 12h sur le même site que pour la première (siège de l'enquête). Le commissaire enquêteur constate :

- une visite qui fait l'objet d'une observation orale formulée par le commissaire enquêteur dans le registre.
- deux courriels adressés sur le site internet dédié à l'enquête les 21 et 24 mai 2021.

**Mercredi 2 juin 2021** : 3<sup>ème</sup> permanence du commissaire enquêteur de 9h à 12h sur le site identifié siège de l'enquête. Le commissaire enquêteur constate :

- six courriels adressés sur le site internet dédié à l'enquête dont une le 26 mai (15h34) et cinq autres le 1<sup>er</sup> juin 2021.
- Six visites qui font l'objet de quatre observations écrites sur le registre d'enquête.

Pendant toute la durée de l'enquête, le registre, ainsi que le dossier complet de présentation sont restés en mairie, à la disposition du public, aux heures et jours habituels d'ouverture des bureaux.

## **4.3 Chronologie des événements après clôture du registre d'enquête**

● **Le mardi 8 juin 2021** : conformément aux dispositions de l'article 5 de l'arrêté municipal du 30 mars 2021, le commissaire enquêteur remet son procès-verbal de synthèse en mains propres à Monsieur Mathieu DURQUETY , Chargé d'études TLPE au service Action Economique de la ville de La Roche-sur-Yon en présence de Madame Marion ROBLES responsable service planification et politique foncière de la ville, afin de communiquer les observations écrites et orales recueillies durant l'enquête et en invitant le représentant du porteur de projet à fournir ses observations éventuelles en retour .

- **Le vendredi 11 juin 2021** : réception via internet du mémoire en réponse du porteur de projet signé par Monsieur Patrick DURAND Adjoint délégué à la voirie, propreté et circulation.

- **Le jeudi 17 juin 2021** document original du mémoire en réponse réceptionné par courrier en recommandé.

- **Le lundi 21 juin 2021** :

1. Remise du dossier d'enquête, avec rapport, conclusions et avis, à Monsieur Mathieu DURQUETY., Chargé d'études TLPE au service Action Economique de la ville de La Roche-sur-Yon.
2. Transmission du rapport, conclusions et avis au Président du Tribunal Administratif de Nantes.

#### **4.4 Information du public, publicité et affichage**

L'avis d'enquête publique se référant à l'arrêté municipal du 30 mars 2021, format A2 est resté affiché et visible sur les sites dédiés de la mairie principale au 5 rue Lafayette et au 10 place François Mitterrand, ainsi qu'au niveau des mairies annexes de la ville situées dans les quartiers du Bourg sous la Roche, Saint-André d'Ornay, La Garenne et La vallée verte.

Le 1<sup>er</sup> avis d'enquête publique a été publié dans les journaux Le Pays yonnais et Ouest France, respectivement les 22 et 23 avril 2021.

Le deuxième avis a été publié dans les deux mêmes journaux les 20 et 21 mai 2021.

L'information du public a fait l'objet d'une mise en ligne de l'intégralité du dossier sur le site internet de la ville de La Roche-sur-Yon.

La Programmation de cette enquête a fait également l'objet d'un encart dans la revue mensuelle de l'agglomération, **ROCHE PLUS** du mois de mai 2021

Le public pouvait exprimer ses observations, soit par courrier, soit par inscription sur les registres soit par courriel à l'adresse internet dédiée à cet effet, mentionnée dans l'arrêté et dans l'avis d'enquête publique

*Le commissaire enquêteur retient que tous les affichages de l'avis de l'enquête aux différents lieux validés conjointement avec le professionnel municipal chargé du suivi de l'enquête, sont restés en place toute la durée de la procédure. Il en a effectué la vérification le lundi 3 Mai 2021 avant le début de l'enquête et à deux reprises à l'occasion de la tenue des permanences du mercredi 26 mai 2021 et du mercredi 2 juin 2021. A noter que l'information parue dans le magazine ROCHE PLUS fait suite à une demande du commissaire enquêteur pour donner plus de visibilité à l'enquête, cette demande de parution a donc été retenue par la ville de La Roche-sur-Yon.*

#### **4.5 Déroulement**

L'enquête s'est déroulée pendant 17 jours consécutifs, sans incident, du lundi 17 mai 2021 à 9h au mercredi 2 juin 12h inclus aux jours et heures fixés par l'arrêté N° 21-0354 émis le 30 mars 2021 par le Maire de la ville de La Roche-sur-Yon avec 3 permanences du commissaire enquêteur.

#### **4.6 Accueil du public**

Durant toute la durée de l'enquête, il était assuré par le service accueil de la mairie au 5 rue Lafayette à La Roche-sur-Yon pendant les heures habituelles d'ouverture au public.

Le dossier papier et son registre étaient à la disposition des personnes voulant consulter le projet du RLP.

#### **4.7 Clôture de l'enquête**

Le mercredi 8 juin 2021, terme officiel de l'enquête, conformément à l'article 3 de l'arrêté municipal N° 21-0354 du 30 mars 2021, le Commissaire Enquêteur a procédé à la clôture du registre d'enquête publique.

### **5. ANALYSE DES OBSERVATIONS**

#### **5.1 Observations des personnes publiques associées et personnes publiques consultées.**

- **DDTM (Direction Départementale des Territoires et de la Mer)**

Analyse du commissaire enquêteur :

*La DDTM émet un avis favorable qui est mentionné dans le rapport du 29 mars 2021 formulé par Madame Sylvie DOARE, cheffe du service Eau et Nature de la préfecture de la Vendée, destiné à la Commission Départementale de la Nature, des paysages et des Sites du 13 avril 2021.*

*Il faut retenir que cet avis met en exergue des points importants du dossier du projet de révision du RLP comme le traitement des entrées de ville, l'intégration des paramètres sur les économies d'énergie et la transition écologique, la réglementation de la publicité numérique et la prise en compte de L'Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine.*

*L'avis de la DDTM n'appelle pas d'autres observations particulières.*

- **DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement)**

Analyse du commissaire enquêteur :

*La DREAL est mentionnée dans le compte rendu du rapport du 29 mars 2021 formulé par Madame Sylvie DOARE, cheffe du service Eau et Nature de la préfecture de la Vendée, destiné à la Commission Départementale de la Nature, des paysages et des Sites du 13 avril 2021.*

*Elle n'a émis aucun avis. Cette absence de réponse n'appelle pas d'observations particulières.*

- **CDNPS (Commission Départementale de la Nature, des Paysage et des Sites)**

Analyse du commissaire enquêteur :

*Madame Sylvie DOARE, cheffe du service Eau et Nature de la préfecture de la Vendée a dressé le 29 mars 2021, un rapport à destination de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites pour sa séance du 13 avril 2021. Ce rapport a pour objet de présenter le projet de révision du RLP et de donner l'avis des services d'état. Après en avoir situé le contexte, énoncé ses objectifs et fait la présentation et examen, il est proposé en conclusion d'émettre un avis favorable pour la révision du RLP de la commune de La Roche-sur-Yon. Le commissaire enquêteur considère que cette position est en cohérence avec le contenu du rapport établi, tout en retenant les réserves de L'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine de la Vendée qui font l'objet d'un questionnement au porteur de projet dans le cadre du procès verbal.. Néanmoins suite à ce rapport, la CDNPS, n'a pas transmis d'avis définitif au porteur de projet dans un délai de trois mois. Son avis peut être donc retenu comme définitivement favorable.*

- **Syndicat Yon et Vie**

Analyse du commissaire enquêteur

*Le syndicat Yon et vie a participé à deux réunions de concertation organisées par la ville de La Roche-sur-Yon les 5/03/2019 et 9/05/2019.*

*L'unique intervention tracée du Syndicat Yon et Vie relate sa proposition d'apporter des éléments de contexte territorial capable d'enrichir la présentation générale du dossier. En réponse la ville indique donner une suite favorable à cette proposition.*

*La lecture du rapport de présentation dans son chapitre Cadre général/Contexte territorial répond à cette attente, à partir des sous chapitres respectivement sur la géographie, le réseau routier et transports, l'histoire locale et patrimoine, le patrimoine naturel et végétal, les activités économiques et l'aménagement urbain et cadre de vie.*

*L'avis du syndicat Yon et Vie n'appelle pas d'autres observations particulières*

**- CCI (Chambre de Commerce et d'Industrie)**

Analyse du commissaire enquêteur

*La CCI a été représentée aux réunions de concertation des 9/05/2019, 11/06/2019 et 26/11/2019. Celle-ci a notamment interrogé la ville sur le dispositif de gestion des panneaux lorsque ceux-ci sont potentiellement dégradés. Des réponses ont été apportées par la ville sur cette question (cf : envoi d'un mail au propriétaire afficheur si observation d'un dispositif dégradé et en parallèle, constat d'absence de dispositif considéré comme hors d'usage). Plus largement, la question de l'entretien est abordée dans le projet de révision de RLP à propos de la publicité, des pré-enseignes (Titre 2 ; Article 18 ; Point 18 .2) et des enseignes (Titre 3 ; Article 21 ; Point 21.2).*

*A la demande de la CCI qui souhaite que le terme « harmonisation » soit priorisé en place du terme « uniformisation » concernant les enseignes perpendiculaires et parallèles à la façade, la ville apporte lors de la réunion du 26 novembre 2019 une première réponse en précisant sa volonté de tenir compte de cette remarque d'une part. D'autre part le terme « harmoniser » est retenu au sein de l'extrait du registre des délibérations du conseil municipal du 8 décembre 2020 (page 8 du projet d'élaboration du RLP, chapitre les points à améliorer, au titre des enseignes). La même observation peut être faite à propos des chevalets pour lesquels la ville ne parle pas d'uniformisation tout en pointant qu'elle sera vigilante tant qu'à la surface et qualité des matériaux utilisés.*

*Les éléments apportés par la ville de La Roche-sur-Yon en réponse à l'interrogation de la CCI n'appellent pas d'autres observations particulières*

**- L'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine vendéen**

Analyse du commissaire enquêteur

*Dans le rapport du 29 mars 2021 formulé par Madame Sylvie DOARE, cheffe du service Eau et Nature de la préfecture de la Vendée, destiné à la Commission Départementale de la Nature, des paysages et des Sites du 13 avril 2021, l'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine de Vendée, émet un avis favorable sous réserve de :*

- *Préciser les secteurs où toute publicité est interdite (périmètre de protection relevant du code du patrimoine)*
- *Rappeler que dans le « Site Patrimoine Remarquable », le périmètre est doté d'un règlement écrit*
- *Imposer une hauteur maximale pour les lettres découpées (30cm et 50 cm pour les bandeaux en ZPA)*

- *Ajouter un point sur l'installation des enseignes sur les baies. Si ces dispositifs ne sont pas cadrés, ils peuvent altérer la qualité de l'ensemble de la façade. Il convient d'interdire le recouvrement total ou partiel de la baie.*

*L'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine de Vendée s'est positionnée après avoir pris connaissance de l'ensemble du projet présenté par la commune de La Roche-sur-Yon sur la révision de son RLP. Le commissaire enquêteur retient la proposition d'avis favorable pondéré par quatre réserves. Pour trois entre elles, des éléments de réponse sont apportés dans les documents « Révision du règlement local de publicité » issu de la séance du conseil municipal du 2 février 2021 et « Rapport de présentation ». La réserve faisant référence au SPR n'est pas reprise dans les documents du dossier d'enquête.*

*Ces quatre réserves font l'objet d'une proposition et d'une question du commissaire enquêteur dans le cadre de son procès verbal.*

#### **- Association de Défense de l'Environnement en Vendée**

##### Analyse du commissaire enquêteur

*L'association de Défense de l'Environnement en Vendée a participé à une réunion de concertation (5/03/2019). Cette association s'est inquiétée du devenir des pré-enseignes dérogatoires. La Ville a répondu que depuis la mise en conformité de 2015, il n'existe plus d'enseigne dérogatoire sur le territoire de la ville, en conséquence la collectivité est conforme. Au regard de la réponse apportée par le porteur de projet, cet échange n'appelle pas d'observations particulières*

### **5.2 Bilan quantitatif des réponses des notifications pour avis avec absence de réponse**

- Monsieur le Président de la Chambre d'agriculture de la Vendée
- Monsieur le Président de la Chambre des métiers
- Madame la Présidente du Conseil régional des Pays de Loire
- Monsieur le Président du Conseil départemental de la Vendée
- Monsieur le Président de l'Agglomération La Roche-sur-Yon

### **5.3 Etat quantitatif des observations du public**

Pendant ses 3 permanences, le commissaire enquêteur a reçu la visite de 7 personnes, souhaitant consulter le dossier.

## Eléments quantitatifs

ANALYSE QUANTITATIVE	
Observations orales	1
Inscriptions dans le registre du siège de l'enquête	4
Courriels réceptionnés à l'adresse internet de l'enquête	8
TOTAL	13

**5.4 Observations du Public, des Associations et des entreprises**

Le public ainsi que 4 associations, 2 entreprises et l'Union de la Publicité Extérieure se sont exprimés, soit dans le registre, soit par courriels.

Quatre observations ont été inscrites au registre du siège de l'enquête, dont une par le Président et un représentant de l'Association pour la Protection du Paysage de Vendée(PPV) et une deuxième par deux représentants du parti politique EELV pour le département de la Vendée.)

On note également huit courriels réceptionnés à l'adresse internet dédiée à l'enquête, avec d'importantes contributions de l'Association "Paysages de France", de la Société JC DECAUX, de la société AFFIOUEST et de l'UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE.

Pendant ses 3 permanences, le commissaire enquêteur a reçu la visite de 7 personnes, dont 5 à la dernière permanence. L'ensemble des observations sont reprises ci-dessous.

L'unique observation orale retranscrite par le commissaire enquêteur est notée 0

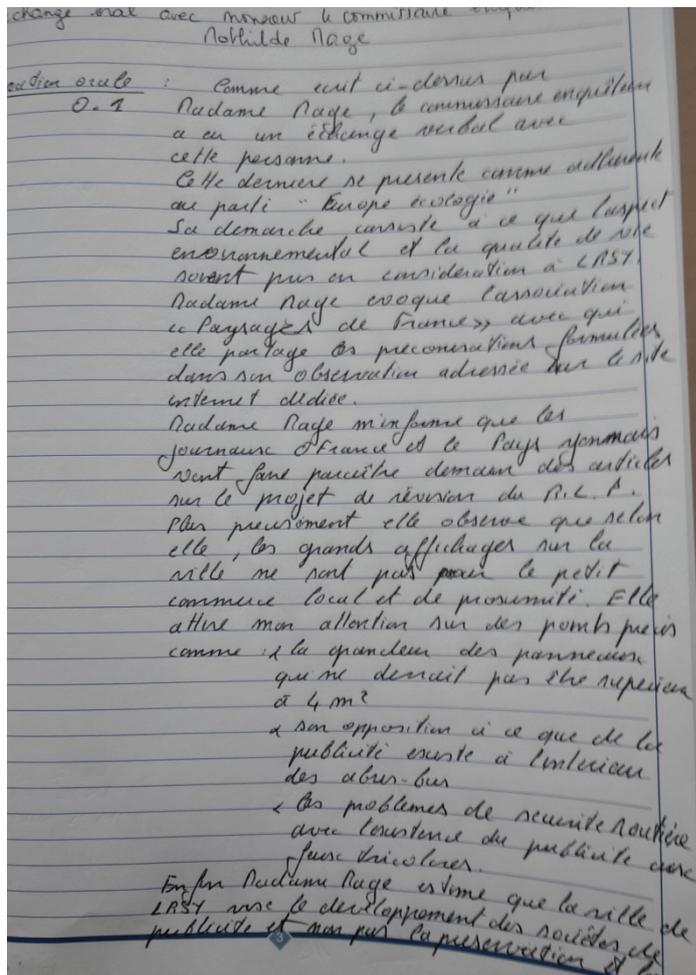
Les observations sont notées « WEB » avec un numéro d'ordre pour les courriels.

Les observations sont notées »R » avec un numéro d'ordre pour celles écrites sur le registre.

(si annexe, la notation et la numérotation sont complétées par Ax)

## 5.4.1 L'observation orale

### • O.1 Madame MAGE

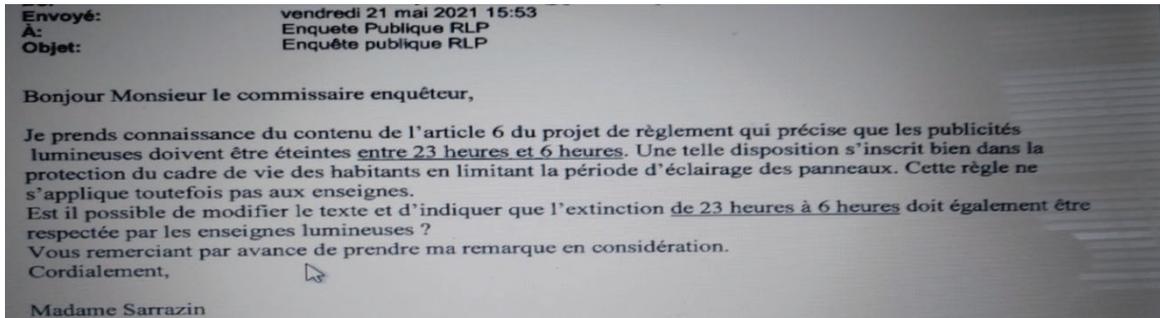


### Analyse du commissaire enquêteur

Lors de son échange oral avec le commissaire enquêteur à l'occasion de la deuxième permanence, émet plusieurs propositions susceptibles de rendre le projet de règlement soumis à enquête moins permissif. Ses préoccupations rejoignent celles des autres personnes qui se sont exprimées et de l'association Paysage de France. L'ensemble de ces données font l'objet d'un questionnement du porteur de projet dans le cadre du procès-verbal de synthèse

## 5.4.2 Les observations par courriel

### Web1 : Courriel de Madame SARRAZIN



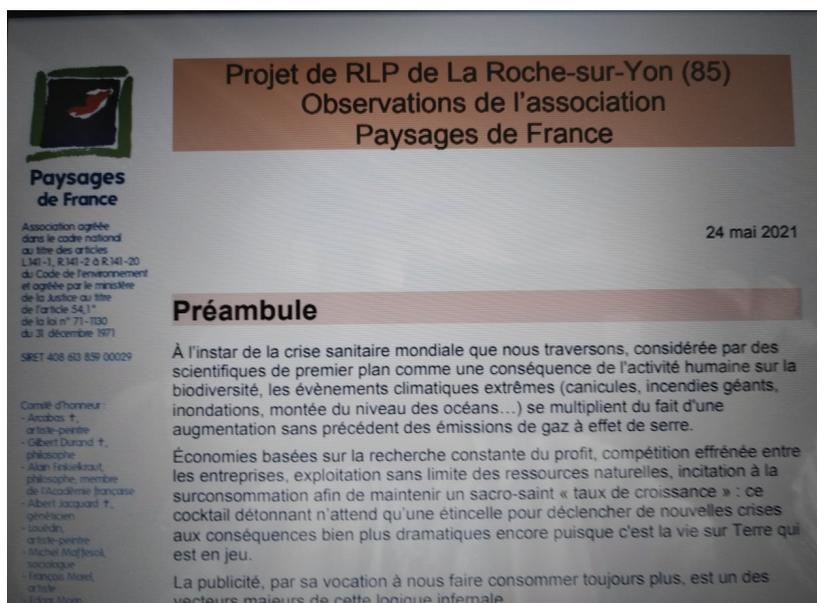
#### Analyse du commissaire enquêteur

*La question de Madame SARRAZIN va dans le sens de rendre le projet de règlement soumis à enquête plus restrictif en ce qui concerne la réglementation locale sur les enseignes lumineuses. L'aspect « pollution nocturne » qui est également repris par l'association paysage de France fait l'objet d'un questionnement du porteur de projet dans le cadre du procès-verbal de synthèse.*

- **Web 2 + A1 – Courriel de l'association Paysages de France**
- **Web 8 - Courriel de l'association Paysage de France**

Les deux courriels de l'association Paysage de France adressés dans des temps différents sont regroupés dans un souci de clarté.

L'intégralité du courriel qui était visible sur le site internet dédié, se situe en annexe 1 de ce document.



1/Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique  
Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs - Limiter au maximum les lumineux, proscrire les numériques.

2/Afin que le principe d'égalité soit respecté au mieux et que les écarts éventuels entre les différentes zones soient réduits au maximum, Paysages de France propose : - qu'un format unique de 4 m<sup>2</sup> maximum soit appliqué sur l'ensemble des secteurs où la publicité n'est pas interdite (lieux mentionnés à l'article L.581-8 du CE) ; - que la publicité scellée au sol soit proscrire là où le règlement national de publicité (RNP) l'autorise, à tout le moins qu'elle ne soit admise que dans des secteurs restreints et ne puisse dépasser 2 m<sup>2</sup> ni 2 m de hauteur.

3/Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8. En cas de maintien de dérogations, il conviendrait à tout le moins d'exclure les dispositifs défilants et de limiter la surface des publicités à 2 m<sup>2</sup> au grand maximum.

4/Interdire toutes les formes de publicités non explicitement citées dans le règlement. Interdire la publicité lumineuse sur toiture.

5/Compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones - ne lister que les mesures différentes de celles du Code de l'environnement - zonage : supprimer la ZP 4 qui traverse les zones résidentielles - inclure en fin de règlement un tableau récapitulatif des principales mesures (avec éventuellement celles du RNP dans une police différente, en italique par exemple) - reprendre le projet en y associant associations et habitants de La Roche-sur-Yon.

6/Le règlement doit indiquer la surface hors tout (c'est à dire y compris l'encadrement), seul mode de calcul retenu par le Code de l'environnement et confirmé par le Conseil d'État.

7/Afin d'éviter de futurs contentieux possibles, réglementer tous les dispositifs soumis à autorisation préalable du maire, en justifiant ces mesures (dans le rapport de présentation)

8/Limiter à 4m<sup>2</sup> la publicité murale. Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activités à 2m<sup>2</sup>.

9/Interdire la publicité murale sur les unités foncières dont la longueur bordant la voie publique est inférieure à 50 m. Pour chaque unité foncière, n'autoriser qu'un panneau mural.

10/Interdire la publicité sur toiture ou terrasse dans toutes les zones.

11/Interdire les bâches publicitaires (ou à réglementer en surface) Limiter à 12 m<sup>2</sup> la publicité sur les bâches de chantier.

12/Limiter le mobilier urbain à 2 m<sup>2</sup> maximum. - Interdire le numérique. - Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe. - Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation. - Imposer une règle d'extinction nocturne de 23 h à 7 h. - Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants).

13/Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en zone d'activités, limitée à 1 m<sup>2</sup>, avec une densité elle aussi limitée.

14/Pour les enseignes : limiter à 6 m<sup>2</sup> pour chaque façade supérieure à 50 m<sup>2</sup> et limiter à 4 m<sup>2</sup> pour chaque façade inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

15/Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture. A défaut, extinction de 23 h à 7 h.

16/Interdire les enseignes numériques. 17/Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.

18/Limiter à une enseigne de moins de 1 m<sup>2</sup> le long de chaque voie bordant l'activité sur tout le territoire communal.

19/Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant les enseignes permanentes (RNP) .

20/Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant les enseignes permanentes (RNP).

Monsieur le Commissaire enquêteur,

L'association Paysages de France a fait part, le 24 mai 2021, de ses observations sur le projet mentionné sous rubrique.

En complément de ses précédentes écritures, elle tient à vous apporter les précisions suivantes :

1 - L'association Paysages de France ayant conclu un accord avec la Société pour la Protection des paysages et de l'esthétique de la France (SPPEF / Sites & Monuments), le travail a été conduit en concertation avec cette dernière et lesdites observations et demandes sont donc formulées au nom des deux organisations.

2 - Outre le fait que les redondances massives et superfétatoires des dispositions de la réglementation nationale font qu'il est quasiment impossible pour quiconque n'est pas un spécialiste du domaine de mesurer la portée réelle du projet de règlement par rapport à la réglementation nationale, autrement dit d'évaluer ses apports (certains, au demeurant, comme dans le SPR avec l'autorisation de la publicité numérique sur mobilier urbain / sur les trottoirs, aggravant considérablement la situation qui résulterait de la simple application de cette dernière), force est de constater que les dispositions prises en matière de publicité et d'enseignes numériques (les enseignes numériques sont autorisées même hors agglomération...) sont d'un laxisme tel au regard de ce que les enjeux de cadre de vie et environnementaux en cause devraient à tout le moins imposer, comme au regard de ce qui se fait ailleurs, que cette situation peut difficilement ne pas faire naître des soupçons de conflit d'intérêt. Au demeurant, il est de fait que la concertation a été conduite dans des conditions qui ne peuvent que renforcer lesdits soupçons : alors que pas moins de quatre réunions ont eu lieu avec les afficheurs et deux avec les commerçants, aucune n'a été organisée avec les associations, y compris avec celles bénéficiant d'un agrément. Eu égard à ces circonstances pour le moins particulières, le projet en question se trouverait en tout état de cause considérablement fragilisé s'il devait prospérer en l'état.

Vous souhaitant bonne réception de ce message et vous remerciant d'en accuser réception,

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Commissaire enquêteur, l'expression de nos plus sincères salutations.

Paysages de France, association :

Agréée au plan national au titre du Code de l'environnement

Habilitée pour prendre part au débat sur l'environnement au sein d'instances consultatives

Maison de la Nature et de l'Environnement de l'Isère

### Analyse du commissaire enquêteur

*L'association "Paysages de France", dans sa contribution au projet de révision du RLP de la commune de La Roche-sur-Yon, exprime sa volonté pour un changement important en matière de protection de l'espace, de la qualité visuelle diurne et nocturne et d'une façon générale en faveur du respect de l'environnement. Elle complète son apport en précisant que selon elle, la publicité incite la population à consommer toujours plus, et elle insiste également sur son aspect invasif "puisque non sollicité". Au sein de 20 points, elle émet 38*

*propositions, dont certaines sont également reprises par le public. L'ensemble de cette contribution fait l'objet d'un questionnement dans le cadre du procès verbal.*

● **Web 3** – Courriel de Monsieur G RIVIERE

Analyse du commissaire enquêteur

*L'observation de Monsieur RIVIERE, évoque la publicité située en proximité des axes de circulation et une possible mesure pour limiter « les formats ». Si le qualificatif de « pénible » utilisé signifie que potentiellement cela peut être générateur d'accidents (cette approche est confortée par la précision sur les VRP), cette préoccupation spécifique rejoint un des items évoqués par l'association Paysage de France quand elle dit que les enseignes numériques sont « accidentogènes » et rejoint une des composantes de l'observation orale de Madame MAGE. Le contenu de cette contribution est abordé dans le procès verbal*

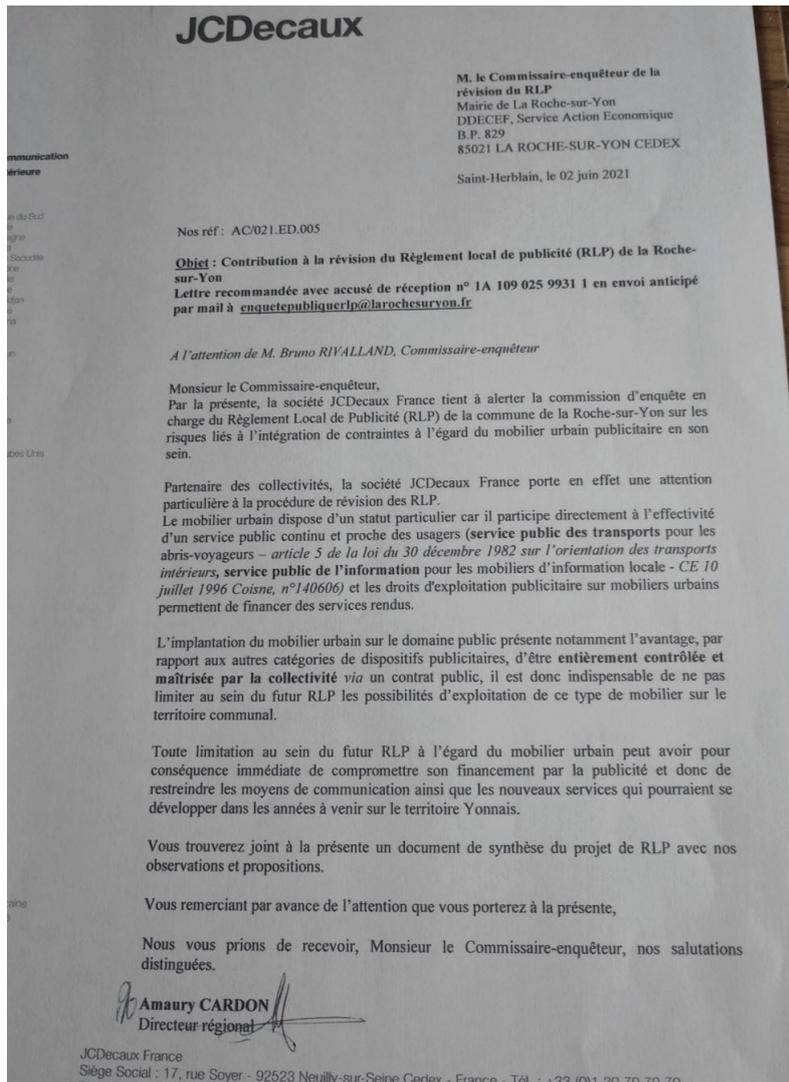
- **De :** Rivière G  
- **Envoyé :** mercredi 26 mai 2021 15:34  
- **À :** Enquête Publique RLP  
- **Objet :** Observation personnelle

Bonjour,

- La publicité routière est parfois pénible pour ceux qui sont constamment  
- sur les routes, les VRP par exemple.  
- Sauf erreur de ma part, il me semblait que cet affichage faisait l'objet  
- d'une taxe perçue par les municipalités.  
- Si c'est toujours le cas, afin de dissuader les utilisateurs de privilégier  
- ce canal publicitaire, ne serait-il pas possible de "jouer" autant sur les formats  
- que sur les tarifs ?  
- Cordialement  
- G. Rivière

**Web 4+ A2 - Courriel de Monsieur Amaury CARDON pour la société JCDecaux**

Le courrier adressé par courriel au commissaire enquêteur par Monsieur CARDON, Directeur régional était complété par un power point .Ce dernier était visible dans son intégralité sur le site internet dédié et se situe en annexe 2.



### Analyse du commissaire enquêteur

*La contribution de la société JC Decaux au projet de règlement local de publicité de la ville de La Roche-sur-Yon fait l'objet de plusieurs préconisations .Cet apport est repris par le commissaire enquêteur sous forme de questionnement du porteur de projet dans le procès-verbal de synthèse.*

### ●Web 5 Courriel de la société « AFFIOUEST ».

Monsieur le Commissaire Enquêteur,

Je représente la Société AFFIOUEST, Filiale du Groupe Additi – agence de publicité du Groupe SIPAOUEST France – siège basé à RENNES. Un impondérable de dernière minute m'empêche de venir me présenter aujourd'hui 02 06 2021 à votre dernière permanence

En tant que publicitaire, nous avons été conviés à deux réunions de concertation. Nous n'avons pas toujours été entendu pour exemple on nous a demandé de communiquer la couleur de nos panneaux et ces références ne figurent pas dans celles référencées. Un certain nombre de propositions ont été faites qui ne figurent pas dans le projet.

En tant que membre de l'UPE (Union de la Publicité Extérieure), nous avons apporté notre soutien et notre aide à la réalisation du document définitif en faisant plusieurs contributions.

Pour notre société, opérateur en petit format 4 m<sup>2</sup>, implantée sur la Roche sur Yon et les villes de la périphérie, nous proposons un réseau de couverture autour de la Roche (voir pièce jointe) permettant aux commerçants locaux de communiquer sur cette zone de chalandise proche. Afin que ce réseau soit cohérent, nous devons pouvoir garder des positions sur La Roche même. Quelques commentaires s'imposent par rapport au projet de règlement qui est proposé ; Il s'agit essentiellement de précisions sur les règles à appliquer lors de nouvelles locations : - Une règle de linéaire a été prévue : pour les portatifs, le projet propose de tenir compte du linéaire sur la voie où se trouverait le panneau, la jurisprudence a statué sur le cumul des voies quand un terrain se trouve en angle, nous souhaiterions que cette règle soit appliquée. - une recul de 30 m à l'extérieur des ronds points ou des intersections pour les portatifs sur le privé alors que le mobilier urbain n'est pas soumis au même impératif. Cette différence de traitement n'est pas équitable d'autant que le mobilier urbain sera D2J0 le seul à être présent dans certaines zones. - le recul sur le fonds du bailleur : il est stipulé que le panneau doit être à plus de 5 m de ses propres baies cela revient à dire que si aujourd'hui un panneau est en place et ne respecte pas cette distance, il devra être reculé pour atteindre ces 5 mètres, cela engendre des frais de dépose, repose, ce n'est pas du tout éco responsable et n'apporte rien de plus visuellement si le panneau existe toujours : Dans ce cas, proposer cette règle que pour les nouveaux montages.

Pour information, nous avons la confiance de clients locaux tels que Ixina, La fédération des MFR, Routhiau, Vendée Eau, Acuitis, Perocheau, caseo Aristide Barreau, Homkia, Oryon, Eco cuisine, cuisine schmid, Ernest Soulard, Volailles de Challans, Villaverde, Vendée Grand Littoral, Bel'Optic, La Compagnie du lit, O Gliss Park et BTP CFA Vendée. Il en est de même pour les bailleurs privés chez qui nos panneaux sont implantés. En résumé, nous comptons sur votre intervention, Mr le commissaire enquêteur pour faire remonter nos différentes demandes. Elles méritent d'être étudiées afin de pouvoir préserver une offre d'affichage locale et permettre aux commerçants de La Roche sur Yon de continuer à communiquer.

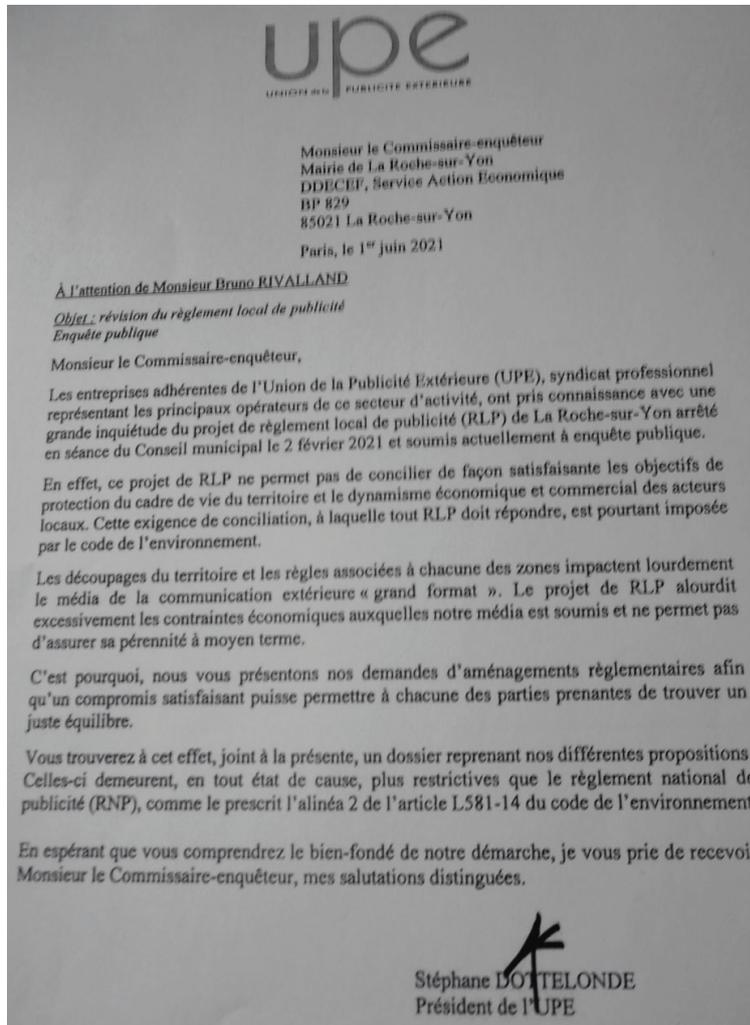
Christine MINIER Directrice Développement Patrimoine

### Analyse du commissaire enquêteur

*Pour la société AFFIOUEST, Madame Christine MINIER Directrice Développement Patrimoine, à partir de son courrier repris en amont, formule différentes demandes concernant des propositions faites par sa société lors des réunions de concertation et qui ne sont pas reprises dans le projet de règlement local de publicité. Ces remarques font l'objet d'un questionnement au porteur dans le cadre du procès verbal.*

● **Web 6 + A3** Courriel de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE).

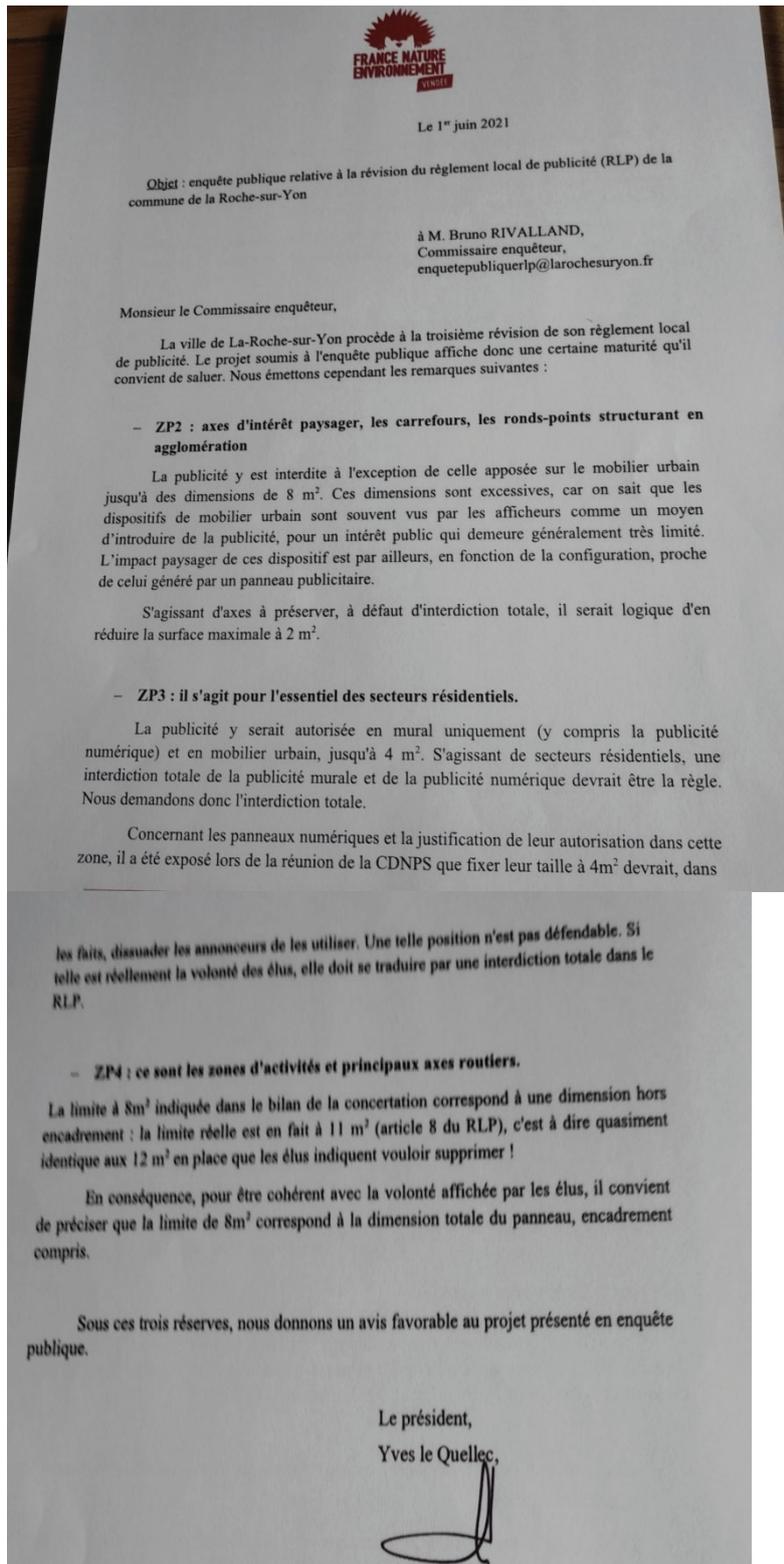
Le courrier ci-dessus, adressé par courriel au commissaire enquêteur par Monsieur Stéphane DOTTELONDE président de l'UPE était complété par un document présenté comme contribution au RLP. L'intégralité de ce document était visible sur le site internet dédié et se situe en annexe 3 de ce rapport.



Analyse du commissaire enquêteur

Les différentes propositions qui émanent de cet apport font l'objet d'un questionnement au rapporteur de projet dans le cadre du Procès Verbal de synthèse.

● **Web 7-** Courriel de l'association France Nature Environnement



### Analyse du commissaire enquêteur

*Le courrier de Monsieur Yves le Quellec Président de l'association FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT comporte trois réserves qui font l'objet d'un questionnement au porteur de projet dans le cadre de ce procès verbal. Egalement à noter dès à présent, que France*

Nature Environnement donne un avis favorable au projet présenté par la ville de La Roche-sur-Yon si ces remarques sont levées.

5.4.3 Les observations inscrites au registre du siège de l'enquête

- R 1 Mercredi 2 juin 2021 observations de Messieurs REMIGNON et HUBY pour l'Association pour la protection du Paysage en Vendée.

Troisième permanence  
le mercredi 2 juin 2021

(B.1) Daniel Remignon, Président APP Vendée  
association pour la préservation des paysages de Vendée

- 1) Nous déplorons une concentration de forces, même si les conditions sanitaires sont pointées du doigt.
- 2) Nous sommes dans l'ère de la transition écologique et les citoyens participent à la transition (sur le climat, l'eau, notamment l'interactivité des parcours publicitaire ou l'apula public).
- 3) Aujourd'hui les collectivités se font financer des services par la publicité.  
Les publicités sont en réseau au service des poids lourds et des affiches.
- 4) Et si Roche Yon une présentation manipulée fait penser qu'on va passer à une surface de 11m<sup>2</sup> d'affichage à 8m<sup>2</sup> alors qu'il s'agit de dispositifs de 11m<sup>2</sup> pour 8m<sup>2</sup> d'affiches effectives.
- 5) Dans le RUP, la part reste grande au titre aux nouvelles formes de publicités.
- 6) Après avoir appliqué l'interdiction des enseignes sur toiture, c'est le lancement du numérique partout et en quantités incontrôlables.  
Remarque du numérique sur le mobilier urbain avec 8m<sup>2</sup> autorisés.

Bientôt les feus d'artifices retournés en retourne !  
Et les économies d'énergie ? Plutôt que de lire, les phrases tournées des ruelles de la 0001, relisez

le rapport de juillet 2020 de l'ADEME sur la compensation des impacts de panneaux municipaux.

Cui, la ville de La Roche Yon peut devenir le N°1 de la sub numérique.

On pourrait imaginer qu'une fabrique de panneaux numériques serait implantée sur la ville, et que les effets positifs économiques puissent faire oublier les impacts négatifs pour l'environnement.

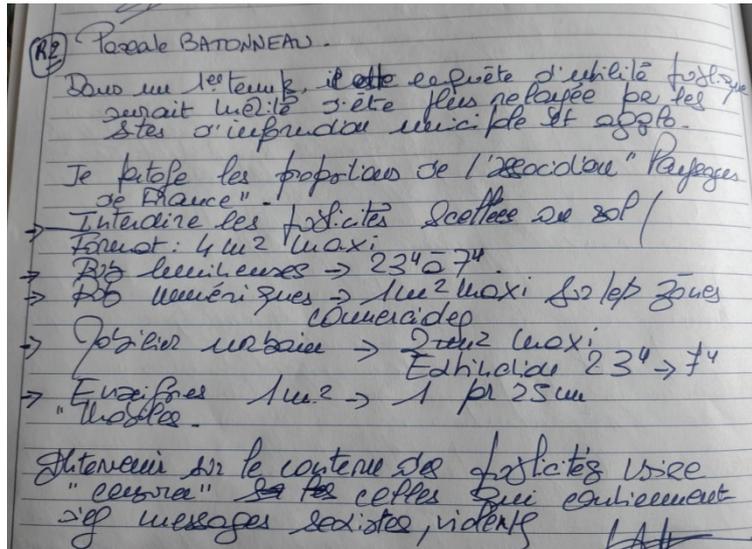
D. Remignon

C. HUBY

Analyse du commissaire enquêteur

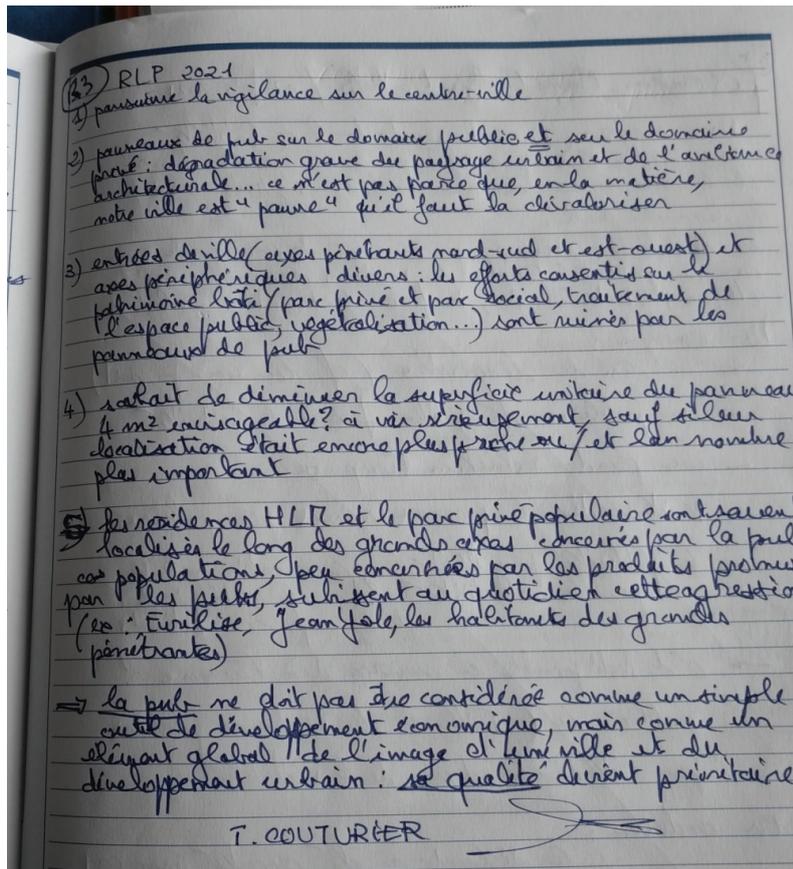
L'Observation écrite ci-dessus et signées par Messieurs REMIGNON et HUBY a été réalisée après un échange oral conséquent avec le commissaire enquêteur. Les thématiques abordées concernaient les problématiques environnementales potentiellement concernées dans ce RLP, mais également la phase de concertation et des aspects économiques. L'ensemble de ces remarques fait l'objet d'un questionnement au porteur de projet dans le cadre du procès verbal.

- R 2 Mercredi 2 juin : Observation de Madame Pascale BATONNEAU

Analyse du commissaire enquêteur

Madame BATONNEAU dans son observation aborde l'information préalable au public concernant ce RLP et reprend les préconisations de l'association « Paysage de France » notamment pour le mobilier urbain, la publicité lumineuse et numérique, ainsi que les aspects des contenus des messages publicitaires. Ces remarques font l'objet d'un questionnement au sein du procès verbal de synthèse.

- R 3 Mercredi 2 juin Observation de Monsieur COUTURIER



### Analyse du commissaire enquêteur

Monsieur COUTURIER aborde dans son écrit des questions précises et localisées à La Roche-sur-Yon, à propos des entrées de ville, du centre ville et de certaines zones résidentielles. Ses remarques font l'objet d'un questionnement dans le cadre du procès verbal de synthèse.

**R ; 4 Mercredi 2 juin 2021 Observation de Messieurs BATIOT et BULTEAU pour le groupe départemental EELV 85.**

La contribution de Messieurs BATIOT et BULTEAU comporte une partie manuscrite signée et un deuxième document type « word » qui a été remis par ces deux mêmes personnes au commissaire enquêteur lors de la troisième permanence. Cette deuxième partie est agrafée dans le registre.

Observation Europe Ecologie Les Verts / 02 juin 2021

Nous réagissons à ce Règlement local de Périphérie sur nos souhaits précis pour le développement climatique et le cadre de vie de nos concitoyens, mais aussi pour la démocratie locale.

Les collectivités ont une grande responsabilité sur la périphérie face à nombreux domaines : environnement, énergie, habitat... et, in fine, la transition écologique.

Nous demandons :

- un droit de démocratie (cf doc joint pp 10-11)
- un problème d'égalité face à la périphérie
- une pseudo restriction temporaire
- l'interdiction des panneaux lumineux pour problèmes.
- la périphérie permettrait une communication pertinente pour la collectivité ?? au détriment de l'environnement et du confort des habitants
- c'est très probable en matière de l'économie ?
- problème de la taille et du nombre de panneaux pour soit dit en passant de la visibilité

En conclusion :

Le règlement a été conçu avec ceux qui y ont intérêt, au détriment du bien public.

Ce sont les zones que souhaitent les afficheurs qui permettent le plus d'installations.

Ce projet est l'un des moins bons recensés en France selon l'association Paysage de France.

Nous demandons donc :

- une restriction de taille (4 m<sup>2</sup>) et du nombre
- la notion "hors tout" de la surface concernée à l'abri
- la limitation des panneaux lumineux et numériques à quelques lieux précis et à diminution de leur durée de fonctionnement
- le refus, comme règle générale, de la périphérie scellée au sol
- la fin des dérogations
- la refonte du projet avec la participation des habitants et associations.

pour le groupe départemental EELV ds

BATIST Guy  
 ALAIN BULTEAU

Observations EELV mai 2021  
 Enquête publique Règlement Local de Publicité – RLP  
 Dossier consulté sur <https://www.larochesurayon.fr/rlp/>  
 Nous réagissons à ce Règlement Local de Publicité – RLP – car vous nous sommes très préoccupés par le dérèglement climatique et le cadre de vie de nos concitoyens, mais aussi par la démocratie locale.  
 Les collectivités, assurément, par ce règlement, une grande responsabilité car la publicité touche de nombreux domaines : environnement, éthique, liberté... et, in fine, la transition écologique.

Nos remarques :

- **Un déni de démocratie**  
 Lors des délibérations du conseil (décembre 2020 et février 2021) nos élu-e-s s'abstiennent sur la révision du règlement, abstentions justifiées car la « concertation » n'eut lieu qu'entre intéressés, je cite :  
 « Ces échanges ont permis de mieux cerner les problématiques des professionnels en la matière... » C'est clair comme les réunions organisées :  
 - 3 réunions avec les afficheurs, 2 avec les commerçants en 2019, mais aucune avec les associations environnementales, les usagers, les habitants ou encore l'opposition... !  
 - Pour le public, 4 articles de presse, 2 en Vendée, 1 en Maine et Loire (?) et en Loire Atlantique (?)  
 - En 2021, on nous annonce que le contexte sanitaire rend impossible une réunion publique, alors que le 1<sup>er</sup> confinement date de mars 2020 et que les réunions les plus intéressés ont toutes eu lieu en 2019 !  
**On s'interroge légitimement sur ce calendrier, à tout le moins montre-t-il que la concertation avec les associations et le public n'était pas la priorité ?**  
 - Mai 2021, est seulement et discrètement annoncée l'enquête publique sur un projet bouclé.

Or, la publicité extérieure est des plus invasives. Imposée sans choix, elle incite à une consommation effrénée dans la recherche constante du profit. Cela nous concerne tous.

Plusieurs points que nous pourrions étayer interpellent :

- **L'égalité**  
 Le zonage fait subir à certains habitants des panneaux de moins de 5m<sup>2</sup> mais d'autres zones autorisent des panneaux de 11m<sup>2</sup>. Cela dans les zones qui subissent déjà une pollution sonore, atmosphérique et lumineuse, notamment près des grands axes.
- **La pseudo restriction trompeuse.**  
 En effet, en zone patrimoniale, la publicité est interdite : ce n'est qu'en dérogeant au travers de ce RLP que cela est possible. C'est clairement un recul, non une protection.

- **L'introduction des panneaux lumineux.**  
 On comprend bien l'intérêt pour certaines entreprises locales, de mettre dans les objectifs de « développement économique des sociétés de publicité extérieure » ces panneaux numériques, de 8m<sup>2</sup>, pourront se trouver sur la plus grande partie du territoire.
- **La publicité permettrait une communication gratuite pour la collectivité.**  
 En réalité, c'est l'environnement qui trinque : énergie, danger, faune, pollution lumineuse et qui porte des messages contraires aux politiques affichées (consommer local /malbouffe ; mobilité durable/SUV ; égalité Femme - Homme /corps exploités ...
- **C'est indispensable au commerce et à l'économie**  
 Pourtant, contrairement à la volonté de relocalisation et de promotion du centre-ville, ce sont principalement de « gros » annonceurs (la grande distribution située en périphérie, les grandes marques) et les afficheurs qui en tirent profit.
- **La taille et le nombre de panneaux donnent de la visibilité.**  
 Certaines municipalités, Grenoble par ex. imposent 4 m<sup>2</sup> maximum, là où notre règlement propose royalement de passer de 12m<sup>2</sup> à 11m<sup>2</sup> (soit une bande de 7cm tout autour en moins !).

**Conclusion :**  
 Ce règlement a été concerté avec ceux qui y ont intérêt, au détriment du bien public. Ce sont les zones que souhaitent les afficheurs qui permettent le plus d'installations.  
 Ce projet est l'un des moins bons rencontrés en France, selon l'association Paysages de France (concertation uniquement avec afficheurs et commerçants, présence du numérique et des grands formats...)

Nous demandons donc :

- Une réduction de la taille (format unique 4m<sup>2</sup>) et du nombre de panneaux.
- La mention « hors tout » de la surface conformément à la loi.
- La limitation des panneaux lumineux et numériques à quelques lieux précis et la diminution de leur durée de fonctionnement.
- Le refus, comme règle générale, de la publicité scellée au sol.
- La fin des dérogations (sauf mesure d'exception clairement justifiée).
- **La refonte du projet avec la participation des habitants et associations.**

Signatures :

BATIOT Guy Elu nulle et agglé EELV  
 la Roche a/ly

- Par le porte départemental EELV  
 A. BULTeau

Analyse du commissaire enquêteur

*Au cours de la troisième permanence Messieurs BATIOT et BULTEAU ont fait part oralement au commissaire enquêteur de leurs interrogations et de leur inquiétude vis-à-vis du dispositif publicitaire global envisagé pour la ville de La Roche-sur-Yon. Concernant le temps de concertation, ils ont également exprimé leur incompréhension. Ces remarques font l'objet d'un questionnement dans le cadre du procès verbal de synthèse.*

**5.5 Le Procès-verbal de synthèse**

Dans le délai imparti après la clôture du registre d'enquête, le 8 juin 2021, le procès-verbal de synthèse sur le déroulement de l'enquête et les observations formulées a été remis à Monsieur Mathieu DURQUETY, Chargé d'études/réglementation TLPE au service Action Economique, en présence de Madame Marion ROBLES responsable service planification et politique foncière de la ville. Le commissaire enquêteur invite Monsieur DURQUETY à transmettre ce document à Monsieur le Maire de La Roche-sur-Yon pour produire dans un délai de 15 jours des observations aux interrogations formulées.

Afin de forger ses conclusions motivées avant avis, le commissaire enquêteur souhaite obtenir le point de vue de la ville de La Roche-sur-Yon sur certaines observations, préconisations, recommandations, interdictions, limitations, formulées, par les Personnes publiques associées, les Personnes publiques consultées, le public, les associations et les entreprises de publicité urbaine.

Il convient de préciser que les observations émises, vu leur nombre et leur diversité, ne sont pas reprises intégralement dans les questions qui suivent. Au-delà de certains aspects techniques, à partir du moment où ceux-ci se situent dans un cadre réglementaire, le commissaire enquêteur s'est attaché à faire ressortir les grandes orientations qui se dégagent à partir des différentes observations, ceci pour tendre à une bonne compréhension des enjeux du futur RLP sur la ville de La Roche-sur-Yon.

**Elles sont listées ci-dessous par typologie d'émetteur.**

**5.6 Les questions du commissaire enquêteur****5.6.1 Les Personnes Publiques Associées et Consultées (PPA/PPC)**

- *L'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine vendéen a émis un avis favorable pondéré par quatre réserves. Le document « révision du Règlement Local de la Publicité, des enseignes et pré-enseignes », issu de la délibération 25 du conseil municipal du 2 février 2021 « Bilan de concertation et arrêt du projet du RLP et le document « rapport de présentation » peuvent apporter des éléments de réponse à ces réserves pour trois d'entre elles. Pour le point sur la demande*

*de rappel sur le fait que pour le « Site Patrimoine Remarquable », ce périmètre est doté d'un règlement écrit, le commissaire enquêteur ne retrouve pas d'éléments de réponse dans le dossier de l'enquête.*

*- 1/ Concernant l'identification des interdictions des publicités, Le rapport de présentation aborde les interdictions légales dans son chapitre 2.1.3 en apportant des précisions sur l'interdiction de la publicité hors agglomération, les interdictions absolues et les interdictions relatives. Le tableau prescriptions « publicité » projet RLP révisé situé en fin de ce même rapport de présentation identifie les interdictions suivant les zones et types de support. Egalement, le document Révision du RLP de la publicité, des enseignes et pré-enseignes issu de l'extrait de la séance du conseil municipal du 2 février 2021 dans ces articles 14, 15,16, 17, 18 et 19 du titre 2 Publicité, pré-enseignes/règles applicables apportent des précisions d'interdiction à partir des différentes zones de publicité répertoriées.*

*- 2/ A propos de la hauteur maximale pour les lettres découpées pour les bandeaux en ZPA, l'extrait de la séance du conseil municipal du 2 février 2021 mentionne dans le document Révision du RLP de la publicité, des enseignes et pré-enseignes au point 21.6 du titre 3, concernant les enseignes que les panneaux ne doivent pas dépasser 0,50 cm. Les règles de hauteur sont également énoncées dans le chapitre 2.1.4 du rapport de présentation.*

*- 3/ Pour la réserve qui relate une demande de cadrage sur l'installation des enseignes sur les baies, l'extrait de la séance du conseil municipal du 2 février 2021 aborde cette question en donnant les conditions d'installation dans le document Révision du RLP de la publicité, des enseignes et pré-enseignes au point 21.4 du titre 2.*

*- 4/ Pour le point sur la demande de rappel sur le fait que pour le « Site Patrimoine Remarquable », ce périmètre est doté d'un règlement écrit, le commissaire enquêteur ne retrouve pas d'éléments de réponse dans le dossier de l'enquête*

### **Question 1**

Le commissaire enquêteur prend acte de la proposition d'avis favorable de la CNDPS sous réserve d'intégrer les observations ci-dessus. Afin de forger ses conclusions motivées avant avis et également dans le souci de clarifier dans l'intérêt général les réponses données par le porteur de projet, aux problématiques abordées par l'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine vendéen, le commissaire enquêteur propose que la Ville de La Roche-sur-Yon donne une réponse synthétique qui reprend de manière groupée, sous la forme d'un résumé non technique, les éléments de réponses en lien avec les trois réserves concernées.

### **Question 2**

Elle concerne la réserve de L'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine vendéen, numérotée 4 :

Quelles sont les intentions du porteur de projet sur ce point, sachant que comme pour la proposition énoncée en amont, cette réserve intègre le rapport fait à l'intention de la CDNPS.

### 5.6.2 Les observations du public et associations (registre et courriels)

• *Les observations du public et des associations qui se sont manifestées, mettent en évidence des propositions qui vont dans un sens largement plus restrictif que le projet présenté par la ville de La Roche-sur-Yon. Elles expriment une volonté de voir pour La Roche-sur-Yon une évolution conséquente en matière de protection de l'espace, de la qualité visuelle diurne et nocturne et d'une manière générale en faveur du respect de l'environnement. Notamment, ces observations concernent, l'éclairage nocturne, l'utilisation de la technologie numérique, la surface des panneaux publicitaires, le nombre de publicité sur un même axe (en particulier sur les axes majeurs de circulation, les entrées et sorties de ville), ceci au détriment du paysage et de la sécurité routière. Le contenu et l'importance des messages publicitaires sont également abordés pour en dénoncer son caractère invasif ainsi que certaines orientations. Le commissaire enquêteur retient enfin l'observation en lien direct avec la publicité, à savoir que le commerce local et de proximité y serait défavorisé au profit des grandes enseignes.*

#### Question 3

Sachant que nombre d'observations formulées vont de la limitation à l'interdiction, quel est le point de vue du porteur de projet sur les préconisations des associations « Paysages de France » et « Protection du Paysage en Vendée » qui peuvent se rejoindre au niveau approche du projet sur un certain nombre de points et qui sont reprises en partie par le public dont les représentant de EELV 85.

L'association « France Nature Environnement » évoque également des sujets abordés par les deux associations citées précédemment ainsi que le public, tout en retenant que si ces réserves sont levées, elle pourra se positionner favorablement vis-à-vis du projet. Ces réserves concernent sur la zone ZP2, la réduction des publicités apposées sur le mobilier urbain à 2m<sup>2</sup>, la zone ZP3 avec la demande d'une interdiction totale de la publicité murale et numérique et pour la zone ZP4, une demande à propos de la limite de 8m<sup>2</sup> en tant que dimension totale du panneau, encadrement compris.

La réponse devrait faire l'objet d'un apport sur la gestion globale de la publicité, pour la ville de La Roche-sur-Yon, à partir de sa densité, son impact visuel et en parallèle, son intérêt économique, le tout au regard des enjeux environnementaux. Des focus spécifiques auront l'intérêt de préciser la position du porteur de projet sur les points précisés ci-dessous de manière non exhaustive comme :

- la publicité des mobiliers urbains dont les abris bus
- la gestion des enseignes et des panneaux publicitaires avec la limitation des surfaces et hauteurs
- les plages horaires pour les enseignes lumineuses et leur emplacement
- les spécificités des enseignes numériques et leur utilisation
- le devenir des publicités au sol

- la gestion des bâches publicitaires et de chantier
- des précisions sur la notion et gestion des enseignes temporaires
- des précisions sur les taxes en lien avec l'octroi d'un affichage publicitaire

Ces informations trouveront tout leur intérêt en étant référencées à partir d'un zonage précisé.

### **5.6.3 Les observations des entreprises spécialisées en publicité urbaine**

● *La société JC DECAUX porte une attention particulière à l'élaboration du document révision du RLP pour la ville de La Roche-sur-Yon, en soulignant que "le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers."*

*Dans ce contexte des préconisations sont émises qui font l'objet d'un questionnement du porteur de projet :*

#### **. Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire**

Préconisation :

*Traiter le mobilier urbain de manière spécifique au sein du futur RLP comme le fait le Code de l'environnement dans sa sous-section dédiée = lisibilité/sécurité juridique.*

*Pour ce faire, il sera nécessaire de :*

*préciser au sein du PREAMBULE du règlement du RLP la spécificité du mobilier urbain en y insérant la mention suivante :*

*« La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP ».*

*Compléter au sein du lexique annexé au RLP la définition du « Mobilier urbain publicitaire » par opposition à celle sur le « Dispositif publicitaire »*

*« Mobilier urbain publicitaire : mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité à titre accessoire visés par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement ».*

*Conséquence : tout article du RLP non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable.*

*Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement*

#### **. Sur le régime du mobilier urbain dans les zones d'interdiction relatives de publicité**

Préconisation :

*Insérer dans un article général procédant la levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain. Ce dernier pourrait être rédigé comme suit :*

*Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire, les cinq types de mobilier urbain publicitaire prévus aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement sont autorisés dans l'ensemble des secteurs listés à l'article L.581-8 I dudit code*

***Sur les contraintes de format :***

*Préconisations :*

*Supprimer toute contrainte de format à l'égard du mobilier urbain au sein du futur projet de RLP, cette dernière étant régie par contrat. Ne préciser au RLP que le format de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain d'informations (article R.581-47 Code de l'environnement), les colonnes et kiosques présentant nécessairement des surfaces supérieures à 2m<sup>2</sup> et modifier l'ensemble des articles 15.2, 16.2, 17.5, 18.3 et 19.3 du RLP comme suit :*

*« Sur mobilier urbain, défini à l'article R.581-47 du Code de l'environnement, la publicité commerciale d'une surface maximale de 8m<sup>2</sup> est admise »*

*Maintenir sous le régime de la réglementation nationale les autres types de mobiliers urbains (colonnes, kiosques notamment) et ce, dans l'ensemble des zones du RLP.*

*Préciser que les limitations de format établies au RLP à l'égard du mobilier urbain visent la surface de l'affiche ou de l'écran, hors encadrement*

*et indiquer explicitement que l'article 8 du RLP n'est pas opposable au mobilier urbain*

***Sur les contraintes d'implantation et/ou esthétiques :***

*Préconisation :*

*Supprimer le dernier alinéa de l'article 16.2 du RLP*

**Question 4**

Quel est le point de vue du porteur de projet sur une éventuelle prise en compte des constats et préconisations de la société JC DECAUX ?

**•L'Union de la Publicité extérieure (UPE)** exprime une grande inquiétude vis-à-vis du projet de révision du RLP de la ville de La Roche-sur-Yon. Selon cet organisme, les objectifs de protection du cadre de vie et de dynamisme économique ne sont pas conciliés de façon pertinente, au détriment du dernier aspect. Dans ce sens, l'UPE après avoir rappelé ce qu'est la publicité extérieure expose différentes propositions, afin que le futur RLP soit plus équilibré et en précisant d'emblée l'impact positif du secteur de la publicité tant en termes de croissance et d'emplois. Les problématiques et les propositions qui s'en suivent concernent :

*. La couleur et type des matériaux supportant de la publicité*

*. L'éclairage par spots ou rampes est interdit, seul l'éclairage par projection ou transparence est admis. La publicité lumineuse à l'exclusion de celle supportée par le mobilier urbain est éteinte entre vingt trois heures et six heures.*

*. La règle de prospect : sur un même fonds, les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m<sup>2</sup> scellés au sol ou installés directement sont interdits au droit des façades des immeubles à usage d'habitation comportant des ouvertures, jusqu'à une distance de 5 mètres de ces façades.*

*. Le pan coupé : pour l'application de la règle de densité, lorsqu'une unité foncière est située à l'angle de deux voies ouvertes à la circulation publique, la longueur du pan coupé n'est pas prise en compte. Seul est pris en compte le linéaire du plus long côté de l'unité foncière bordant une seule voie.*

*. En ZP3, les publicités non lumineuses sur mur.*

*. En ZP4, les dispositifs scellés au sol ou installés sur le sol et la teinte du support qui doit être foncée ou neutre. Les publicités lumineuses numériques autres que les publicités éclairées par projection ou transparence.*

*En ZP5, les publicités non lumineuses sur mur et ou sur dispositif installé ou scellé au sol.*

*Un point sur la gestion des clôtures aveugles et des palissades de chantier est fait également.*

### **Question 5**

Quel est le point de vue du porteur de projet sur les paramètres évoqués par l'organisme UPE qui pour chacun d'entre eux expose une problématique et fourni une proposition ?

**• L'afficheur « affiouest »** spécialisé en petit format 4m<sup>2</sup>, souhaite conserver une cohérence entre son dispositif à La Roche-sur-Yon et la zone de chalandise proche, ceci au profit des commerçants locaux qui doivent pouvoir continuer de communiquer.

*Pour cela il apporte quelques commentaires par rapport au projet de règlement du RLP, concernant les portatifs et plus précisément ; la règle de linéaire, le recul de 30 m à l'extérieur des rond points ou des intersections (portatifs sur le privé) et pour le recul sur le fonds du bailleur pour qui il est stipulé que le panneau doit être à plus de 5 mètres de ces propres baies.*

### **Question 6**

Quel est le point de vue du porteur de projet sur les commentaires apportés par « affiouest », et quelle(s) réponse(s) pense-t'il apporter ?

#### **5.6.4 Question personnelle du commissaire enquêteur**

*Au cours des échanges avec le public, mais aussi à partir des observations formulées sur le registre et par courriel, la phase de concertation est régulièrement évoquée par le public et les associations pour être qualifiée d'insuffisante.*

*Le commissaire enquêteur prend acte que l'aspect réglementaire a été pleinement respecté par la ville de La Roche-sur-Yon, d'une part. D'autre part il faut également bien considérer*

*que la pandémie en cours n'est pas facilitatrice pour les échanges directs et donc pour une participation qualitative du public.*

### Question 7

La ville de La Roche-sur-Yon peut elle envisager en première intention une réunion publique sur la mise en place effective du futur RLP ?

Egalement, « au fil de l'eau », en utilisant son dispositif de maisons de quartier, peut elle souscrire à l'idée d'organiser des réunions d'échanges sur la mise en place de dispositifs publicitaires spécifiques notamment quand une zone résidentielle est concernée?

## 5.7 Mémoire en réponse aux questions du commissaire enquêteur

### 5.7.1 Réponses apportées aux questions des Personnes Publiques Associées et Consultées

#### Question 1

Le commissaire enquêteur prend acte de la proposition d'avis favorable de la CNDPS sous réserve d'intégrer les observations ci-dessus. Afin de forger ses conclusions motivées avant avis et également dans le souci de clarifier dans l'intérêt général les réponses données par le porteur de projet, aux problématiques abordées par l'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine vendéen, le commissaire enquêteur propose que la Ville de La Roche-sur-Yon donne une réponse synthétique qui reprend de manière groupée, sous la forme d'un résumé non technique, les éléments de réponses en lien avec les trois réserves concernées.

Réponse du Porteur de projet :

1/ Une réglementation nationale spécifique de la publicité existe (art L 581-1 et s du code de l'environnement) .L'adaptation des règles nationales aux situations locales est possible par l'adoption d'un règlement local de publicité.

La commune a adopté un RLP en 2011 et en a fait appliquer les dispositions .Comme tout document de planification ce texte était amené à évoluer, la commune a décidé de le réviser en 2018 et de retenir des règles plus restrictives que le précédent.

Par la délimitation des zones dans le texte du règlement et sur le plan de zonage le projet de RLP indique clairement les secteurs où la publicité est interdite selon les types de supports.

2 / Le porteur de projet **propose** que soit ajoutée au RLP une règle de hauteur de 30 cm maximum pour les lettres découpées et pour les lettres découpées sur bandeau apposées en ZP.A .

**Question 2**

Elle concerne la réserve de L'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine vendéen, numérotée 4 :

Quelles sont les intentions du porteur de projet sur ce point, sachant que comme pour la proposition énoncée en amont, cette réserve intègre le rapport fait à l'intention de la CDNPS.

Réponse du Porteur de projet :

4 /Le règlement écrit du SPR renvoie s'agissant des règles applicables à la publicité au règlement national et au règlement local s'il en existe un. La collectivité a tenu compte du périmètre du SPR dans la délimitation du zonage (ZP1) et a prévu dans ce secteur le maintien de l'interdiction de la publicité lumineuse ou non, et a admis la publicité sur mobilier urbain eu égard à sa fonction mais l'a limitée à une surface de 2m<sup>2</sup> . Pour les enseignes la ville propose dans ce périmètre de retenir la règle d'interdiction de la vitrophanie extérieure prévue par le règlement du SPR (cf point 3 ci-dessus).

**5.7.2 Réponses apportées aux questions du public et des associations****Question 3**

Sachant que nombre d'observations formulées vont de la limitation à l'interdiction, quel est le point de vue du porteur de projet sur les préconisations des associations « Paysages de France » et « Protection du Paysage en Vendée » qui peuvent se rejoindre au niveau approche du projet sur un certain nombre de points et qui sont reprises en partie par le public dont les représentant de EELV 85.

L'association « France Nature Environnement » évoque également des sujets abordés par les deux associations citées précédemment ainsi que le public, tout en retenant que si ces réserves sont levées, elle pourra se positionner favorablement vis-à-vis du projet. Ces réserves concernent sur la zone ZP2, la réduction des publicités apposées sur le mobilier urbain à 2m<sup>2</sup>, la zone ZP3 avec la demande d'une interdiction totale de la publicité murale et numérique et pour la zone ZP4, une demande à propos de la limite de 8m<sup>2</sup> en tant que dimension totale du panneau, encadrement compris.

La réponse devrait faire l'objet d'un apport sur la gestion globale de la publicité, pour la ville de La Roche-sur-Yon, à partir de sa densité, son impact visuel et en parallèle, son intérêt économique, le tout au regard des enjeux environnementaux. Des focus spécifiques auront

l'intérêt de préciser la position du porteur de projet sur les points précisés ci-dessous de manière non exhaustive comme :

- la publicité des mobiliers urbains dont les abris bus
- la gestion des enseignes et des panneaux publicitaires avec la limitation des surfaces et hauteurs
- les plages horaires pour les enseignes lumineuses et leur emplacement
- les spécificités des enseignes numériques et leur utilisation
- le devenir des publicités au sol
- la gestion des bâches publicitaires et de chantier
- des précisions sur la notion et gestion des enseignes temporaires
- des précisions sur les taxes en lien avec l'octroi d'un affichage publicitaire
- 

Ces informations trouveront tout leur intérêt en étant référencées à partir d'un zonage précisé.

Réponse du Porteur de projet :

La commune s'est fixée pour objectif de mettre le règlement local de publicité en conformité avec le nouveau cadre légal, de préserver et valoriser les composantes naturelles et paysagères qui fondent un cadre de vie de qualité de la commune (SPR...) de renforcer l'attractivité de la commune et permettre la conciliation entre le développement économique des sociétés de publicité extérieure, les acteurs économiques locaux et la protection du cadre de vie, de préserver les entrées de ville, de prendre en compte les nouveaux types de dispositifs supportant de la publicité et les nouvelles technologies employées, d'élaborer des prescriptions spécifiques notamment en termes d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs (publicité, enseignes et pré enseignes) le projet de RLP a été établi en fonction de ces objectifs .

Aux termes du diagnostic qu'elle a effectué, la commune a pu constater la présence d'un très grand nombre de dispositifs supportant de la publicité sur l'espace public. Elle a alors considéré qu'au regard des objectifs qui ont prévalu dans l'élaboration de la révision du RLP et de la volonté de protection paysagère devant permettre aux usagers d'apprécier les espaces urbains et paysagers : les restrictions apportées en termes de densité et de format devaient s'appliquer tant sur domaine public que sur domaine privé selon les zones. En conséquence : la surface de la publicité sur mobilier urbain est adaptée en fonction des secteurs d'implantation (limitation à 2m<sup>2</sup> en ZP1) (8m<sup>2</sup> dans les zones où elle est admise), la publicité numérique sur mobilier urbain est interdite en ZP0 /ZP1 / ZP2. En termes de densité, un seul mobilier est admis par carrefour ou rond-point.

Certains aspects ne relèvent pas du RNP et ne peuvent donc pas être prescrits par le règlement local mais sont à déterminer au travers du contrat passé par la Ville avec le prestataire qui sera désigné prochainement : à savoir le choix de la face d'information municipale sur les abris voyageurs, l'extinction nocturne, la localisation emplacements et le nombre de mobiliers dans le respect du zonage et des prescriptions du projet de RLP .

Le RNP a profondément modifié en 2010 le régime applicable aux enseignes : une règle de proportionnalité a été fixée entre surface des façades commerciales et surface des enseignes qui y sont apposées.

Quant à leur nombre, il est limité à un dispositif par unité foncière bordant la voie.

La qualité, et les dimensions des enseignes doivent être adaptées à la qualité patrimoniale des différentes zones géographiques de La Roche Sur Yon et des zones d'activités. Ainsi, le présent règlement tend à maîtriser la qualité esthétique des enseignes tant en centre-ville qu'en secteur commercial (interdiction de certains types d'enseignes dont celles en toiture, et sky dancers...).

S'agissant des enseignes lumineuses la commune, au regard des observations apportées lors de l'enquête publique, **propose** d'apporter des précisions dans le règlement en termes d'extinction et prévoira l'extinction *lorsque l'activité signalée a cessé, de 23 heures à 7 heures du matin.*

Les enseignes numériques sont interdites en ZP.A (Centre-ville /SPR). Elles sont admises en ZP.B(zones d'activité), leur surface unitaire est limitée à 2 m<sup>2</sup> sur support mural et, à 8 m<sup>2</sup> sur dispositif scellé au sol. La collectivité a arrêté dans son projet le nombre des enseignes scellées au sol ou installées sur le sol de moins d'1 m<sup>2</sup> à 1 seule le long de chaque voie bordant l'activité.

S'agissant des enseignes temporaires, le porteur de projet **propose** qu'une nouvelle disposition soit ajoutée au RLP *afin de limiter à 6 m<sup>2</sup> la surface des dispositifs supportant des messages opérations exceptionnelles (soldes promotions)*.

Un juste équilibre doit être trouvé entre les besoins des acteurs économiques locaux et la préservation du cadre de vie. La commune a opté en conséquence en matière de publicité pour des règles qui selon les associations devraient être plus strictes et selon les sociétés de publicité extérieures moins contraignantes pour l'exercice de leur activité. Au vu de la voie médiane qui a été retenue dans le projet, l'expression de ces deux positions antagonistes au cours de l'enquête publique était attendue.

Le RLP a prévu une protection plus étendue du centre-ville en raison du périmètre du SPR et des abords de monuments historiques.

Sur tout le territoire de LRSY la surface **des affiches** est aujourd'hui de 12m<sup>2</sup> (soit 13,50 m<sup>2</sup> hors tout) Le projet de RLP (article 8) restreint la surface maximum de l'affiche à 8m<sup>2</sup> et la surface totale maximum du dispositif publicitaire à 11m<sup>2</sup>.

Conformément à l'article L 581-3 du code de l'environnement et à la Jurisprudence du conseil d'état, le projet de RLP prévoit un format hors tout (affiche + encadrement). Il est plus restrictif que la règle nationale.

S'agissant des supports muraux la ville a décidé de les limiter :

- selon les zones (interdiction en ZP0 /ZP1/ZP2)
- en nombre (1 panneau / mur)
- en surface (affiche 4m<sup>2</sup> en ZP3 et 8m<sup>2</sup> en ZP4)

S'agissant des supports recourant aux nouvelles technologies (publicité numérique), la Ville interdit la publicité numérique en ZP0/ZP1/ZP2 et l'admet dans les autres secteurs tout en limitant le type de support (mural en ZP3) et sa surface 4m<sup>2</sup> en ZP3 et 8 m<sup>2</sup> en ZP4 et ZP5

La publicité installée sur tous types de bâches (publicité/ chantiers) est soumise à autorisation du maire. Le maire exerce à cette occasion un contrôle « circonstancié » de l'insertion paysagère des dispositifs envisagés. Compte tenu de ce pouvoir d'appréciation, une interdiction totale des bâches publicitaires serait illégale. La Ville a considéré qu'il n'était pas nécessaire d'en limiter la surface dans les zones où elle est admise mais les a interdites en ZP0 en ZP1 et ZP2 ou toute publicité murale est interdite

La commune a interdit les bâches de chantier en ZP0, dans les autres secteurs et au regard de son caractère temporaire elle n'a pas entendu limiter la surface de la publicité mais appliquer le RNP qui prévoit qu'elle ne peut excéder 50 % de la surface totale de celles-ci.

La taxe frappe trois catégories de supports : - les dispositifs publicitaires, à savoir tout support susceptible de contenir une publicité ; - les enseignes,- les préenseignes,. Les tarifs de la taxe s'appliquent, par m<sup>2</sup> et par an, à la superficie « utile » des supports taxables, à savoir la superficie effectivement utilisable, à l'exclusion de l'encadrement du support Les tarifs maximaux figurant au B. de l'article L. 2333-9 du code général des collectivités territoriales sont les tarifs de droit commun; ils s'appliquent automatiquement, sauf si la commune décide de fixer par délibération des tarifs inférieurs ou supérieurs, dans les conditions prévues à l'article L. 2333-10 (cf. infra).Des exonérations de plein droit (dispositifs dédiés à l'affichage de publicité non commerciales ou concernant des spectacles)et facultatives intervenant par délibération (enseignes ≤ à 12m<sup>2</sup> dispositifs apposés sur des éléments de mobilier urbain) sont applicables.

### 5.7.3 Réponses apportées aux questions des entreprises spécialisées en publicité

#### Question 4

Quel est le point de vue du porteur de projet sur une éventuelle prise en compte des constats et préconisations de la société JC DECAUX ?

Réponse du porteur du projet :

*Sur la demande de traitement du mobilier urbain de manière spécifique*

Dans le RLP et pour chaque zone, le mobilier urbain fait l'objet de règles particulières en tant que support de publicité comme c'est le cas pour un dispositif scellé au sol ou mural. Par son impact sur l'environnement le projet de RLP qui répond à l'objectif de préserver les espaces particulièrement sensibles à la présence publicitaire traite la publicité sur ce type de mobilier par zone .

*Sur l'insertion dans un article général de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain dans les secteurs listés à l'article L 581-8 du code de l'environnement (SPR/ Abords)*

Tel que rédigé, le projet procède à la levée de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain (hors numérique) applicable dans le Site patrimonial Remarquable et en limite le format à 2m<sup>2</sup> mais ne traite pas des périmètres des abords de monuments historiques (tracés rouge dépassant du SPR). La ville de La Roche Sur Yon **propose** de retenir cette contribution eu égard à la fonction du mobilier urbain qui supporte de la publicité

« Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire le mobilier urbain publicitaire non numérique est admis dans les secteurs listés à l'article L 581-8 du code de l'environnement. La surface de la publicité qu'il supporte est limitée à 2m<sup>2</sup> ».

*Supprimer toute contrainte de format à l'égard du mobilier urbain au sein du futur projet de RLP, cette dernière étant régie par contrat*

Au regard des objectifs qui ont prévalu dans l'élaboration de la révision du RLP et de la volonté de protection paysagère devant permettre aux usagers d'apprécier les espaces urbains et paysagers : les restrictions apportés en termes de densité et de format doivent s'appliquer tant sur domaine public que sur domaine privé selon les zones. A cet effet la ville a soit interdit soit limité à 2 m<sup>2</sup> ou à 8m<sup>2</sup> la surface maximale de la publicité sur mobilier urbain selon les zones et n'admet qu'un seul mobilier par carrefour ou rond-point .

Comme indiqué aux articles 15.2 et 17 . 5 du projet, les limitations de format établies dans le RLP vis-à-vis du mobilier urbain ne visent que la surface de la publicité commerciale, hors encadrement.

La ville maintient les contraintes de format à l'égard du mobilier urbain .

*Demande de précisions des articles 18 .2 19.1 et 19. 2 /Couleurs des mobiliers*

La ville de La Roche sur Yon a souhaité harmoniser la couleur des supports afin de maintenir un cadre esthétique satisfaisant pour que les matériels s'intègrent au mieux dans l'environnement urbain, dans le cadre de la concertation la société Decaux n'a pas proposé de recourir à une peinture métallisée ni à la possibilité d'exploiter un encadrement en inox.

La commune **propose** de ne retenir dans le texte du RLP que la possibilité de recourir à de la

peinture métallisée sans l'imposer.

*Suppression du dernier alinéa de l'article 16.2 / qui limite le nombre de mobilier urbain à un dispositif par carrefour*

L'objectif de la limitation à un seul mobilier par carrefours et rond points listés dans le règlement est de préserver la qualité paysagère et minérale de ces lieux que la ville a profondément transformé par des aménagements conséquents .

La ville maintient ses prescriptions en la matière .

*Demande d'autorisation en zones ZP1 à ZP5 de la publicité numérique sur mobilier urbain*

Conformément aux objectifs fixés par la délibération décidant de la révision du RLP en septembre 2018, la ville a pris en compte l'émergence de nouvelles technologies et a opté pour leur admission en zone d'activités économiques (ZP4 ) et sur le domaine SNCF (ZP5) mais les a interdits en zones naturelles (ZP0) en secteur d'intérêt patrimonial (ZP1) dans les carrefours (ZP2) et en zone résidentielles (ZP3) sur dispositif scellé au sol /mobilier urbain tant sur domaine privé que sur domaine public. Aucune justification de cette demande ni aucun éléments ne sont apportés par la société JC Decaux pour justifier l'admission de la publicité numérique dans toutes les zones de publicité. C'est le principe même d'un RLP que d'appliquer des normes plus restrictives que celles du règlement national .Les dispositions retenues en la matière participent de ce principe.

*Demande qu'il n'y ait pas de contraintes à l'égard du mobilier urbain en termes de consommations énergétiques.*

Parmi les objectifs de la révision du RLP figure la prise en compte des nouveaux dispositifs supportant de la publicité et les nouvelles technologies employées. A cet effet la publicité numérique soumise à autorisation préalable est admise en ZP3 et ZP4. La mention qui figure au Préambule du règlement quant à la recherche d'utilisation des meilleures technologies en matière d'économies d'énergie n'a pas de force obligatoire, mais indique les attentes de la commune en matière d'éclairage pour que les dispositifs tendent vers l'autonomie énergétique.

## Question 5

Quel est le point de vue du porteur de projet sur les paramètres évoqués par l'organisme UPE qui pour chacun d'entre eux expose une problématique et fourni une proposition ?

Réponse du porteur de projet :

*Demande d'utilisation pour les encadrements des dispositifs d'une peinture métallisée ou de l'inox*

La commune de La Roche Sur Yon a souhaité que la couleur des supports de publicité soit en harmonie avec l'espace urbain, c'est pourquoi elle a, au cours de la phase de concertation sollicité les sociétés de publicité extérieure pour que les RAL de leur matériel dans des teintes de gris ou de blanc lui soit communiqué. A aucun moment la possibilité d'une version métallisée de l'encadrement n'a été évoquée par les professionnels et pas davantage la possibilité d'admettre un cadre en inox. Un encadrement en inox ne présente pas l'avantage de s'intégrer dans l'environnement, c'est pourquoi la ville ne souhaite pas répondre favorablement à ce point. S'agissant de la peinture métallisée elle admet que ce choix ne porte pas atteinte à l'environnement.

La commune **propose** d'intégrer à l'article 5 du projet le fait qu'une peinture métallisée des RAL est admise.

*Demande de l'admission de l'éclairage des panneaux par rampes d'éclairage*

Pour des raisons esthétiques liées à la protection du cadre de vie, la collectivité entend maintenir l'interdiction de l'éclairage de la publicité par spots ou par une rampe mentionné à l'article 6 . Toutefois à la lecture de la problématique soulevée par l'UPE une modification rédactionnelle de l'article 6 est proposée.

« L'éclairage de la publicité par projection « spots ou rampe » est interdit seul l'éclairage par transparence est admis ».

*Demande de suppression de l'interdiction de la publicité située à moins de 5 m au droit de la façade des immeubles à usage d'habitation*

La commune considère que cette disposition à l'avantage de contribuer à protéger le cadre de vie des habitants. Elle tient également à souligner que l'application de cette règle ne vaut que par rapport aux bâtiments d'habitation.

*Demande de prise en compte de tous les linéaires d'une même unité foncière*

L'arrêt de la Cour Administrative d'Appel de Nancy sur lequel s'appuie l'UPE concernait l'application du règlement national de publicité. Dès lors que le RLP, comme le lui permet l'article L 581-14 du code de l'environnement, adapte les règles nationales aux circonstances locales la ville peut fixer sa propre règle de densité qui est nécessairement plus sévère que la règle nationale. Il en résulte que l'interprétation de la Cour ne peut lui être opposée.

*Demande visant à augmenter la surface des panneaux muraux en ZP3*

Lors des réunions de concertation, la demande de fixer la surface des panneaux muraux dans ces secteurs à 8 m<sup>2</sup> avait été formulée par les professionnels . Après examen, la commune au regard du caractère « résidentiel du secteur et des caractéristiques du bâti existant », a opté

pour le maintien des muraux dans cette zone mais en a limité la surface.

*Demande concernant l'admission d'une teinte métallisée pour les dispositifs scellés au sol ou installés sur le sol en ZP4*

La commune apporte sur la demande réitérée d'une teinte métallisée en ZP4 , la même réponse que celle mentionnée au point 1 ci-dessus . La teinte du support de publicité (article 18.2) devant être conforme aux RAL admis à l'article 5 ces derniers permettant aux entreprises de différencier leurs marques, les couleurs bleu marine et vert foncé n'ont plus lieu d'être mentionnées (art 18.2).

La ville **propose** d'admettre la peinture métallisée à l'article 5 et de ne conserver que les teintes des RAL mentionnés.

*Demande d'une règle de densité commune aux panneaux muraux et aux dispositifs scellés au sol en ZP4*

Le choix a été fait de la simplicité d'application et de la protection des entrées ville et des abords des axes structurants de l'agglomération. Admettre d'autres règles de densité aurait pour effet d'assouplir la règle, d'augmenter le nombre de dispositifs et ne serait pas compatible avec les objectifs fixés ni avec les orientations du RLP.

*Publicité numérique et code de la route*

Le RNP et conséquemment le règlement local ont pour objet la protection du cadre de vie et non la sécurité routière gérée par le code de la route. Il n'en demeure pas moins que les autorisations d'implantation étant délivré par la ville de La Roche-sur-Yon, il lui appartient d'exercer cette prérogative avec toute la vigilance nécessaire afin de préserver les riverains comme les usagers de la voie publique d'éventuelles nuisances. L'article R.581-15 2ème al du code de l'environnement donne des indications générales sur les motifs permettant d'accorder ou de refuser une autorisation pour une publicité lumineuse. L'obligation du respect des règles du code de la route en fait partie.

Les dispositions de l'article 18.4 du RLP reprennent les conditions d'attributions générales des autorisations d'implantation de publicité numérique fixées à l'article R 581-15 du code de l'environnement. Les critères d'attribution sont clairs et intelligibles contrairement à ce qu'énonce l'UPE .

*Demande de retrait de la règle imposant une orientation parallèle ou perpendiculaire du panneau*

Cette disposition a été retenue par la ville parce qu'elle assure une intégration plus harmonieuse des dispositifs dans l'espace.

**Question 6**

Quel est le point de vue du porteur de projet sur les commentaires apportés par « affiouest », et quelle(s) réponse(s) pense-t-il apporter ?

Réponse du porteur de projet :

*Sur le RAL*

La société Affiouest indique avoir communiqué le RAL dans les teintes admises par la commune mais souligne qu'il ne figure pas sur le projet .

La commune **propose** d'ajouter le RAL 7035 qui vient d'être porté à sa connaissance à l'article 5 du projet de RLP.

*Demande de suppression de l'interdiction de la publicité située à moins de 5 m au droit de la façade des immeubles à usage d'habitation*

La commune considère que cette disposition à l'avantage de contribuer à protéger le cadre de vie des habitants. Elle tient également à souligner que l'application de cette règle ne vaut que par rapport aux bâtiments d'habitation.

*Sur les carrefours*

Le recul des dispositifs par rapport aux carrefours et rond points listés dans le règlement est de préserver la qualité paysagère et minérale de ces lieux que la ville a profondément transformé par des aménagements conséquents.

La ville maintient ses prescriptions en la matière

*Sur les règles de densité* Les règles sont effectivement plus contraignantes que la règle fixée par le règlement national elles doivent permettre d'atteindre les objectifs de préservation de la qualité du paysage et du cadre de vie.

**5.7.4 Réponses apportées à la question personnelle du commissaire enquêteur.****Question 7**

La ville de La Roche-sur-Yon peut elle envisager en première intention une réunion publique sur la mise en place effective du futur RLP ?

Également, « au fil de l'eau », en utilisant son dispositif de maisons de quartier, peut elle souscrire à l'idée d'organiser des réunions d'échanges sur la mise en place de dispositifs publicitaires spécifiques notamment quand une zone résidentielle est concernée ?

Réponse du porteur de projet

*Demande de réunion publique sur la mise en place effective du futur RLP :*

La commune envisage la tenue d'une réunion publique après l'approbation de son RLP à des fins informatives.

*Organisation de réunions d'échanges sur la mise en place de dispositifs publicitaires spécifiques (notamment quand une zone résidentielle est concernée).*

La commune souscrit à l'idée d'organiser des réunions d'échanges sur la mise en place de dispositifs publicitaires spécifiques.

## **6 Analyse du commissaire enquêteur sur le mémoire en réponse**

Les réponses apportées aux observations et prescriptions des Personnes Publiques Associées et Consultées, du public, des associations et des entreprises spécialisées en publicité urbaine listées dans le procès-verbal de synthèse, dans le cadre du mémoire en réponse signé par Monsieur Patrick DURAND, adjoint délégué à la ville de La Roche-sur-Yon, reprennent les questions posées en y apportant des éléments de réponse détaillés.

La question personnelle du commissaire enquêteur, relative à la phase de concertation et surtout concernant la perspective de la mise en place d'une réunion d'information publique et également de l'organisation de réunions d'échanges ponctuelles autour de problématiques spécifiques et localisées fait l'objet d'une réponse favorable.

Les réponses fournies dans le cadre du mémoire en réponse doivent permettre aux citoyens yonnais, aux associations et aux professionnels de la publicité urbaine, d'accéder à une information claire sur le cadrage du projet de RLP.

Les conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur sont abordés de façon distincte dans la 2<sup>ème</sup> partie de ce rapport.

Fait aux Sables d'Olonne, le 21 juin 2021

Bruno RIVALLAND,

Commissaire enquêteur

## **7 ANNEXES**

A 1 Courriel de l'association Paysage de France

A2 Courriel de l'entreprise JC Décaux

A3 Courriel de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE).

A1

A 2

A 3

**REPUBLIQUE FRANCAISE**  
**DEPARTEMENT DE LA VENDEE**

**Ville de La Roche-sur-Yon**



**ENQUETE PUBLIQUE**  
**Projet de révision du règlement local de**  
**publicité**

**Réalisée du 17 Mai 2021 à 9h00 au 2 Juin 2021 à 12h inclus.**

**COMMISSAIRE ENQUETEUR : Bruno RIVALLAND**

**2<sup>ème</sup> partie**  
**Conclusions motivées et avis**

## Table des matières

1.	Le Cadre juridique de l'enquête.....	3
2.	Le projet .....	3
3.	Contenu du dossier d'enquête publique.....	4
4.	Affichage, Publicité, Information du public.....	6
5.	Le déroulement de l'enquête.....	6
6.	Participation du public et observations du public .....	6
7.	Avis et observations des Personnes Publiques Associées et Consultées .....	7
8.	Observations du Public, des associations et des entreprises de publicité.....	8
9.	Synthèse de l'examen des observations .....	8
10.	Le mémoire en réponse .....	8
11.	Bilan des forces et des faiblesses du projet soumis à enquête .....	9
12.	Conclusions motivées.....	10
13.	Avis .....	11

## Préambule

La ville de La Roche-sur-Yon a engagé l'élaboration de la révision de son Règlement Local de Publicité (RLP).

Le RLP est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Il permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales dans le but de protéger le cadre de vie, de réduire la pollution visuelle et ainsi de valoriser les paysages.

## 1. Le Cadre juridique de l'enquête

Conformément à l'article L581-1 du Code de l'environnement, "chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes" conformément aux lois en vigueur. Cette liberté d'expression s'opère sous réserve du respect des prescriptions nationales relatives à la publicité extérieure.

Le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale communément appelée Règlement National de la Publicité (RNP), applicable sur l'ensemble du territoire national. Il est régi aux articles L581-1 et suivants du Code de l'environnement.

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE), ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012 portant réglementation nationale de la publicité extérieure, ont profondément réformé les règles nationales relatives aux publicités, aux pré-enseignes et aux enseignes et la répartition des compétences en matière de publicité.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter le Règlement National de Publicité (RNP) aux spécificités de la commune. L'objectif est d'apporter une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager et naturel de la commune qu'il convient de protéger.

Les procédures d'élaboration, de révision ou de modification d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sont identiques à celles relatives au Plan Local d'Urbanisme.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU.

## 2. Le projet

La commune affiche une volonté d'agir au regard des enjeux économiques tout en s'inscrivant dans une démarche environnementale, qui notamment retient la mise en valeur des espaces publics en centre ville et aux entrées de ville. Dans cet environnement évolutif qui voit le contexte urbain se modifier et de fait conduit les responsables de la commune à réfléchir sur de nouveaux périmètres autres que ceux définis au sein de l'actuel RLP, une révision de ce dernier est proposé en lien avec le plan local d'urbanisme approuvé le 7 octobre 2009 et en cours de révision.

La délibération n° 14 du conseil municipal du 18 septembre 2018, intitulée « Prescription pour la révision du RLP » retient à la fois, les évolutions réglementaires, la définition de l'Aire de Mise

en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) sur la commune, l'évolution du contexte urbain qui incite à penser un réajustement des périmètres définis au sein du RLP en cours et les nouvelles obligations sur les modalités de concertation qui se doivent d'associer les habitants de la commune, les associations locales représentatives et l'ensemble des autres organismes et personnes concernés.

Le 2 février 2021, le conseil municipal a tiré le bilan de la concertation organisée dans le cadre de la révision du RLP.

Après communication pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration, le projet de RLP a été soumis à enquête publique au titre des "projets, plans et programmes ayant une incidence sur l'environnement".

### 3. Contenu du dossier d'enquête publique

● **Rapport de présentation** (52 pages) comprend quatre chapitres après préambule : 1/ Contexte territorial, 2/ Contexte réglementaire, 3/ Diagnostic et 4/ Objectifs et orientations générales du RLP révisé.

● **Actes**

- **Attestation d'affichage** : Certificat d'affichage en date du 25 mars 2021
- **Parution du 30 octobre 2018** : avis administratif portant prescription de révision du règlement local de publicité.
- **Attestation de parution** : Parution dans le journal Ouest France éditions Vendée, Loire Atlantique et Maine et Loire le 30/10/2018
- **Séance du conseil municipal du 18 septembre 2018, délibération n° 14 portant prescription pour la révision du RLP** (3 pages).
- **Séance du conseil municipal du 8 décembre 2020, délibération n° 39 portant débat sur les orientations générales du projet de RLP** (30 pages) qui s'appuie sur un document de présentation de projet d'élaboration du RLP, avec une première partie sur le contexte réglementaire et communal, une deuxième partie comprenant la synthèse des conclusions du diagnostic et une troisième partie sur l'exposé des orientations du RLP.
- **Séance du conseil municipal du 2 février 2021, délibération n° 25 portant sur le bilan de la concertation et arrêt du projet de RLP** (40 pages) qui met fin à la phase de concertation. Le bilan expose l'ensemble des actions de concertation et de communication qui ont été mises en place.

● **Pièces administratives**

- **Courrier de demande de désignation** d'un commissaire enquêteur.
- **Décision du Tribunal administratif de Nantes** du 22 février 2021 désignant Monsieur Bruno RIVALLAND, en qualité de commissaire enquêteur.
- **Arrêté du 30 mars 2021** prescrivant l'ouverture de l'enquête publique relative à la révision du RLP de la commune de La Roche-sur-Yon.
- **Affiche A2** de l'avis de l'enquête publique

- **Parutions (2)** de l'avis d'enquête publique dans la presse « Ouest France et le Pays yonnais »

- **Attestations** de parution MEDIALEX

● **Texte du projet de règlement local de publicité** (19 pages), extrait du registre des délibérations du conseil municipal séance du 2 février 2021

● **Annexes** (17pages) de 1 à 9 avec schémas et cartographies

● **Pièces relatives à la concertation**

- **Compte-rendu de la réunion PPA** : en date du 5 mars 2019

- **Compte rendu de la réunion PPA/Afficheurs** : en date du 9 mai 2019

- **Compte rendu de la réunion Ville/Associations de commerçants** : en date du 11 juin 2019

- **Compte rendu de la réunion Ville/Afficheurs** : en date du 3 septembre 2019

- **Compte rendu de la réunion Ville/Afficheurs** : en date du 9 octobre 2019

- **Compte rendu de la réunion-Ville/ Associations de commerçants** : en date du 26 novembre 2019

● **Avis aux Personnes Publiques Associées (PPA)**

- **Courriers aux PPA** : en date du 11 février 2021 à destination de Monsieur le Préfet de la Vendée, de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites, commission publicité de la Préfecture de la Vendée, du Président de la chambre de commerce et d'industrie, de la Chambre d'Agriculture de la Vendée, du Président de La Roche-sur-Yon Agglomération, du Président de la Chambre des métiers, du Président du Conseil Départemental de la Vendée, de la Présidente du Conseil Régional des Pays de Loire, de la Direction Départementale des Territoires et de la mer et du Président du Syndicat Yon et Vie.

- **Accusés de réception des courriers aux PPA** : avis de réception en lien avec les 10 courriers précisés en amont.

- **Rapport pour la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des sites du 13 avril 2021** : rapport établi le 29 mars 2021 par le service Eau, Risques et Nature, Unité Nature, Territoires et Biodiversité de la Préfecture de la Vendée.

*L'ensemble de ces documents sont également accessibles sur le site <https://www.larochesuryon.fr>, le commissaire enquêteur en a vérifié l'accessibilité.*

**Le registre d'enquête** complète le dossier.

*Le dossier d'enquête est complet d'un point de vue réglementaire. Sa structuration à partir du rapport de présentation complété par les différentes délibérations des conseils municipaux concernant le projet de révision du RLP, facilite la compréhension chronologique des différentes étapes réglementaires à respecter. Les aspects techniques abordés de manières méthodiques sont illustrés par des schémas et croquis qui facilitent l'approche globale du projet.*

*Egalement concernant la phase concertation, le commissaire enquêteur constate que les comptes rendus des réunions relatives à la concertation intègrent le dossier et sont la traçabilité de la phase de concertation avec les différents acteurs concernés. A noter la réunion du 9 mai 2019 qui réunit à la fois les PPA et les afficheurs pour permettre d'entendre les attentes et positions de chacun vis-à-vis du projet de révision de RLP.*

#### **4. Affichage, Publicité, Information du public**

L'avis d'enquête publique se référant à l'arrêté municipal du 30 mars 2021, format A2 est resté affiché et visible sur les sites dédiés de la mairie principale au 5 rue Lafayette et au 10 place François Mitterrand, ainsi qu'au niveau des mairies annexes de la ville situées dans les quartiers du Bourg sous la Roche, Saint-André d'Ornay, La Garenne et La vallée verte.

Le 1<sup>er</sup> avis d'enquête publique a été publié dans les journaux Le Pays yonnais et Ouest France, respectivement les 22 et 23 avril 2021.

Le deuxième avis a été publié dans les deux mêmes journaux les 20 et 21 mai 2021.

L'information du public a fait l'objet d'une mise en ligne de l'intégralité du dossier sur le site internet de la ville de La Roche-sur-Yon.

La Programmation de cette enquête a fait également l'objet d'un encart dans la revue mensuelle de l'agglomération, **ROCHE PLUS** du mois de mai 2021

Le public pouvait exprimer ses observations, soit par courrier, soit par inscription sur les registres soit par courriel à l'adresse internet dédiée à cet effet, mentionnée dans l'arrêté et dans l'avis d'enquête publique

*Le commissaire enquêteur retient que tous les affichages de l'avis de l'enquête aux différents lieux validés conjointement avec le professionnel municipal chargé du suivi de l'enquête, sont restés en place toute la durée de la procédure. Il en a effectué la vérification le lundi 3 Mai 2021 avant le début de l'enquête et à deux reprises à l'occasion de la tenue des permanences du mercredi 26 mai 2021 et du mercredi 2 juin 2021. A noter que l'information parue dans le magazine ROCHE PLUS fait suite à une demande du commissaire enquêteur pour donner plus de visibilité à l'enquête, cette demande de parution a donc été retenue par la ville de La Roche-sur-Yon.*

#### **5. Le déroulement de l'enquête**

L'enquête s'est déroulée pendant 17 jours consécutifs, sans incident, du lundi 17 mai 2021 à 9h au mercredi 2 juin 12h inclus aux jours et heures fixés par l'arrêté N° 21-0354 émis le 30 mars 2021 par le Maire de la ville de La Roche-sur-Yon avec 3 permanences du commissaire enquêteur.

#### **6. Participation du public et observations du public**

Le public dont 4 associations, 2 entreprises et l'Union de la Publicité Extérieure se sont exprimés, soit dans le registre, soit par courriels.

Quatre observations ont été inscrites au registre du siège de l'enquête, dont une par le Président et un représentant de l'Association pour la Protection du Paysage de Vendée (PPV) et une deuxième par deux représentants du parti politique EELV pour le département de la Vendée.)

On note également huit courriels réceptionnés à l'adresse internet dédiée à l'enquête, avec d'importantes contributions de l'Association "Paysages de France", de la Société JC DECAUX, de la société AFFIOUEST et de l'UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE.

Pendant ses 3 permanences, le commissaire enquêteur a reçu la visite de 7 personnes, dont 5 à la dernière permanence.

ELEMENTS QUANTITATIFS	
Observation orale	1
Inscriptions dans le registre du siège de l'enquête	4
Document remis au commissaire enquêteur et annexé au registre	1
Courriels réceptionnés à l'adresse internet de l'enquête	8
TOTAL	14

*Si la participation du public peut-être considérée comme peu importante en nombre d'intervenants, elle est particulièrement riche au niveau du nombre des propositions et du contenu, cela aussi bien de la part du public, des associations et des professionnels de la publicité urbaine.*

*Les dispositions mises en place par la ville de La Roche-sur-Yon ont permis au public, aux associations et aux publicitaires, de disposer d'une information complète sur le projet, notamment à partir du site internet municipal. A retenir néanmoins que le contexte pandémique a pu être un frein pour une pleine participation du public au processus de décision en lui permettant de présenter ses observations et propositions.*

## **7. Avis et observations des Personnes Publiques Associées et Consultées**

Les observations des personnes publiques associées et consultées ont fait l'objet d'avis favorables ou d'absence de réponse.

*Si pour l'une d'entre elles, l'avis est assorti de réserves, ces dernières sont formulées précisément par L'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine de la Vendée et font l'objet d'un questionnaire au porteur de projet dans le cadre du procès verbal de synthèse. La ville de La Roche-sur-Yon répond dans le cadre de son mémoire en réponse. Egalement, initialement, ces mêmes réserves intègrent le rapport écrit par la Cheffe du service Eau, Risques et Nature de la DDTM à destination de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) pour présentation du projet et afin de requérir l'avis des services de l'état.*

*Les conclusions du rapport évoqué vont dans le sens d'une proposition d'avis favorable. La CDNPS, n'a pas transmis d'avis définitif au porteur de projet dans un délai de trois mois. Son avis peut être donc retenu comme définitivement favorable.*

## **8. Observations du Public, des associations et des entreprises de publicité**

Elles ont été recueillies par voie électronique au niveau de la boîte courriel dédiée du siège de l'enquête et par inscription dans le registre mis à leur disposition.

*Comme pour les observations des Personnes Publiques Associées, elles font l'objet d'une analyse, d'un questionnement du porteur de projet dans le cadre du procès-verbal de synthèse et de réponses via son mémoire en réponse.*

## **9. Synthèse de l'examen des observations**

Dans le délai imparti après la clôture du registre d'enquête, le 8 juin 2021, j'ai remis le procès-verbal de synthèse sur le déroulement de l'enquête et les observations formulées à Monsieur Mathieu DURQUETY Chargé d'études/réglementation TLPE au service Action Economique, en présence de Madame Marion ROBNES responsable service planification et politique foncière, en l'invitant à communiquer ce document à Monsieur le Maire de La Roche-sur-Yon afin de produire dans un délai de 15 jours un mémoire en réponse à mes observations et interrogations.

Au-delà des informations sur le projet et le déroulement de l'enquête, ce procès verbal de synthèse comporte mes analyses sur les observations reçues ainsi que 7 questions posées au porteur de projet.

Les Personnes Publiques associées et celles consultées, le public, les associations et les entreprises spécialisées en publicité urbaine ont fourni à partir de leurs observations, des préconisations, des recommandations et également ont proposé des limitations voire des interdictions sur des points du projet de RLP. Les 7 questions portent sur des éléments de ces observations qui me sont apparus primordiaux pour forger mon opinion et une approche la plus précise possible concernant ce projet de révision de RLP.

## **10. Le mémoire en réponse**

Le vendredi 11 juin 2021, le mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse a été adressé par courriel et le jeudi 17 juin 2021 confirmé par courrier postal en recommandé, ceci dans les délais impartis.

La ville de La Roche-sur-Yon répond à l'ensemble des questions posées. Cette posture et le contenu des réponses démontrent la volonté du porteur de projet de répondre aux observations exprimées par les diverses parties au cours de l'enquête publique tout en restant dans son positionnement vis-à-vis de ses orientations énoncées.

La réponse faite à la question personnelle du commissaire enquête va dans ce sens ;

« La commune envisage la tenue d'une réunion publique après l'approbation de son RLP à des fins informatives.

La commune souscrit à l'idée d'organiser des réunions d'échanges sur la mise en place de dispositifs publicitaires spécifiques ».

## 11. Bilan des forces et des faiblesses du projet soumis à enquête

LES FORCES	LES FAIBLESSES
La réglementation nationale a été adaptée aux particularités locales.	Pour le public et les associations qui se sont exprimés auprès du commissaire enquêteur, ce projet de révision de RLP reste trop permissif vis-à-vis des enjeux environnementaux et sociaux, bien qu'il aille au-delà du RNP.
Les objectifs affichés de trouver un équilibre entre enjeux environnementaux et enjeux économiques sont affirmés.	Pour les professionnels de la publicité urbaine qui se sont exprimés auprès du commissaire enquêteur, sur certains aspects le projet de révision du RLP est trop contraignant et peut ne pas répondre aux enjeux économiques.
La ville de La Roche-sur-Yon souhaite une maîtrise accrue des affichages et des enseignes pour garantir l'équilibre précisé en amont.	Le projet soumis à enquête du fait de la diversité des règlements au regard notamment des différentes zones et/ou type de publicité peut s'avérer ardu pour une bonne compréhension par un public non « formé » dans ce domaine.
En comparaison du RLP en cours, des évolutions certaines vont dans le sens d'une attention accrue vis à vis des problématiques environnementales.	La phase de concertation qui n'a pas vu le public et les associations s'exprimer ; ce point devant être pondéré au regard du contexte pandémique.
Les secteurs d'intérêt patrimonial, architectural ou paysager sont préservés.	
Le zonage de la commune, permet de différencier la réglementation en fonction des secteurs.	
Les besoins de signalisation des professionnels sont entendus tout en veillant à une intégration qui doit tendre à préserver le cadre de vie.	
L'engagement du porteur de projet à mettre en place une réunion publique générale informative et à organiser des réunions pour des projets particuliers qui sont susceptibles d'impacter un secteur, une zone et un quartier spécifique.	

Ce bilan des forces et faiblesses va donc à mon avis dans le sens d'un solde positif en faveur des forces du projet.

## **12. Conclusions motivées**

De nombreuses propositions, suggestions mais aussi des incompréhensions ont été exprimées sur la période même de l'enquête publique, ceci aussi bien de la part du public et des associations que de la part des professionnels de la publicité urbaine. Selon « la porte d'entrée » des points de vue exprimés, les avis peuvent s'opposer. Pour cela, le projet de révision du Règlement Local de Publicité tel qu'il a été soumis à enquête publique m'apparaît perfectible.

L'étude du dossier, les échanges que j'ai pu avoir avec les personnes représentatives ou non d'associations qui se sont présentées lors des permanences, ainsi que les avis exprimés sur le registre ou par courriels m'ont permis de constater d'importantes différences d'approches vis-à-vis de ce qui selon eux est qualifiable de pollution visuelle, diurne et nocturne engendrée par la publicité.

En parallèle, les professionnels de la publicité alerte d'une part sur l'importance de leur rôle dans le domaine de l'information au public pour diffuser les propositions commerciales et d'autre part sur leur limite tant qu'a leur possibilité de s'adapter à ce qui serait selon eux de nouvelles contraintes.

Le projet de révision du RLP apparaît motivé par la volonté d'adapter la réglementation nationale aux spécificités communales, en faisant évoluer le RLP en cours, pour rechercher un équilibre entre le respect de l'environnement et la nécessité de garantir un territoire attractif d'un point de vue économique.

En outre, cet équilibre recherché préserve les secteurs d'intérêt patrimonial, tout en offrant la possibilité aux entreprises situées en zones d'activités de se signaler dans un cadre réglementé.

A la lecture du mémoire en réponse du porteur de projet, j'ai pu constater que la ville de La Roche-sur-Yon fait un certain nombre de propositions qui tendent à répondre dans le sens de certaines observations formulées durant l'enquête. On peut retenir de manière non exhaustive, l'ajout au RLP de précisions, pour la hauteur des lettres découpées et pour les lettres en bandeau apposées en ZPA, pour l'extinction des lumières de 23h à 7h lorsque l'activité commerciale à cessée, pour la limitation à 6m<sup>2</sup> concernant les enseignes temporaires, pour les mobiliers urbains et ces supports, la possibilité et non une imposition de recourir à de la peinture métallisée etc..

Il faut convenir néanmoins que le porteur de projet ne répond pas favorablement à certaines demandes que cela soit vis-à-vis du public, des associations et des professionnels de la publicité.

A noter que bien que le RLP n'a pas pour objet premier la sécurité routière, un rappel est fait sur les autorisations d'implantation qui sont délivrées par la ville, laquelle doit exercer cette prérogative avec toute la vigilance nécessaire afin de préserver les riverains comme les usagers de la voie publique d'éventuelles nuisances.

J'estime que la volonté du porteur de projet à apporter des réajustements et des précisions au règlement qui vient d'être soumis à enquête publique tout en maintenant ses objectifs d'équilibre est bien évidente et s'inscrit dans la cohérence de sa démarche. De plus cette dernière met

précisément en avant l'importance de la dimension patrimoniale et paysagère de la commune en y réglementant des éléments qui pourraient contribuer à la dévaloriser.

Si la phase de concertation, de la façon dont elle a été menée à pu provoquer des réactions, bien que réalisée dans le stricte cadre de la réglementation, le porteur de projet en réponse à ma question personnelle s'engage à organiser une réunion publique et des réunions ciblées selon l'avancée des projets localisés.

Au regard de tout ces éléments, j'ai donc la conviction que ce projet peut offrir les garanties susceptibles de répondre aux attentes des élus et de la population yonnaise en matière de qualité visuelle des secteurs protégés, des zones résidentielles et des entrées de ville. Les entreprises publicitaires pourront exercer leur activité pour répondre aux besoins économiques et commerciaux, ceci concilié avec les légitimes préoccupations environnementales.

### **13. Avis**

Compte tenu :

- Du bon déroulement général de l'enquête ;
- De la qualité des échanges avec le public et les associations lors des trois permanences ;
- De la bonne information du public pendant la durée de l'enquête de part le site internet dédié et son alimentation régulière suivant les nouvelles observations et l'apport dans le magazine Roche PLUS, permettant à la population yonnaise de prendre connaissance des modalités d'accès au dossier et de pouvoir s'exprimer par le moyen de son choix;
- Du dossier d'enquête complet et conforme à la réglementation;
- Des propositions de réajustements du porteur de projet en réponse à mon procès-verbal de synthèse;
- De l'engagement du porteur de projet à donner suite à ma question personnelle
- Du rapport que j'ai établi;
- Des conclusions développées ci-dessus;

J'émet un **AVIS FAVORABLE, sans réserve** au projet de révision du Règlement Local de Publicité de la ville de La Roche-sur-Yon.

Fait aux Sables d'Olonne le 21 juin 2021  
Bruno RIVALLAND  
Commissaire Enquêteur