

# **Enquête publique portant sur le Règlement Local de Publicité (RLP) de La Gacilly**

ENQUÊTE PUBLIQUE DU 26 MAI 2026 AU 15 JUIN 2026

## **1. RAPPORT DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR**



# Sommaire

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| I. Présentation de l'enquête.....                            | 4  |
| I.1 Nature et objet de l'enquête.....                        | 4  |
| I.1.1 Le territoire.....                                     | 4  |
| I.1.2 Le projet objet de l'enquête.....                      | 5  |
| I.2 Désignation du Commissaire Enquêteur.....                | 11 |
| I.3 Organisation de l'enquête.....                           | 11 |
| I.4 Publicité de l'enquête.....                              | 12 |
| I.4.1 Publicité réglementaire dans la presse.....            | 12 |
| I.4.2 Publicité sur le site internet de la Préfecture.....   | 12 |
| I.4.3 Affichage .....                                        | 12 |
| I.5 Documents mis à la disposition du public.....            | 12 |
| II. Déroulement de l'enquête.....                            | 13 |
| II.1 Réunions et visites.....                                | 13 |
| II.2 Visites du public et observations durant l'enquête..... | 13 |
| II.3 Appréciations sur le déroulement de l'enquête.....      | 14 |
| III. Examen des observations enregistrées.....               | 14 |
| IV. Avis des Personnes publiques Associées.....              | 25 |
| V. Procès-verbal de synthèse de l'enquête publique.....      | 25 |
| VI. Mémoire en réponse du Maître d'Ouvrage.....              | 27 |

Annexes : n°1 Procès-Verbal de synthèse

          n°2 Mémoire en réponse du maître d'ouvrage au PV de synthèse

          n°3 Version amendée du RLP suite mémoire de réponse

## **I. Présentation de l'enquête**

### **I.1 Nature et objet de l'enquête**

Elle a porté sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité de La Gacilly.

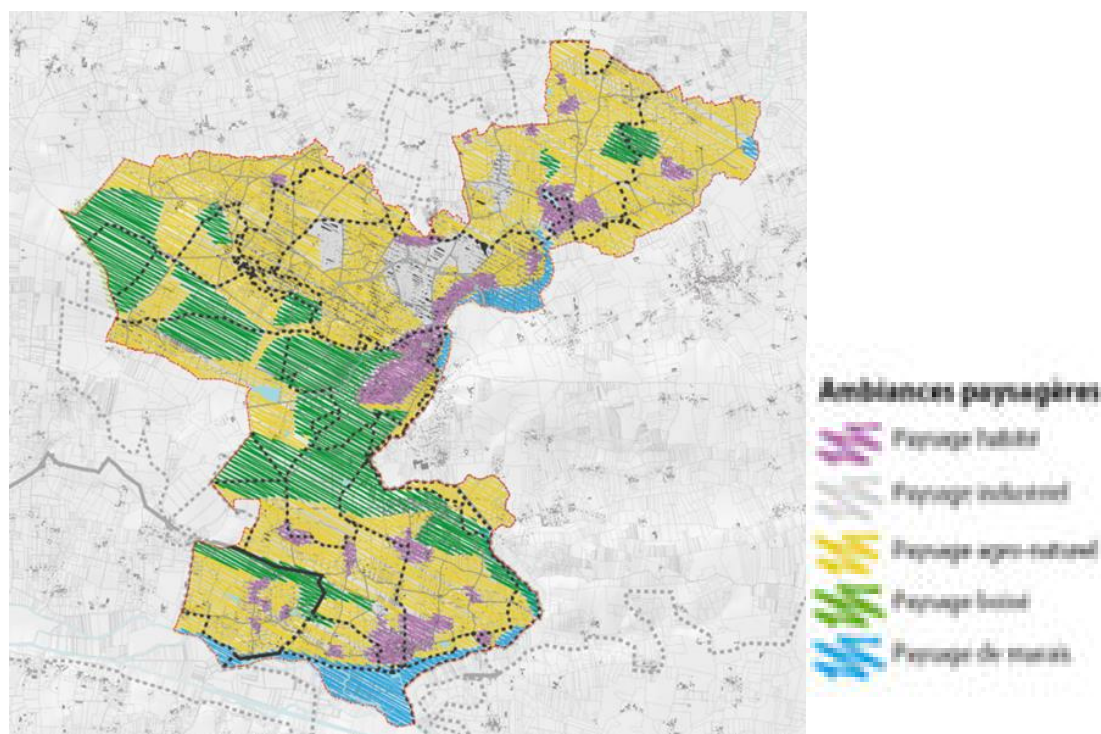
En 1983, la municipalité de La Gacilly sur son seul territoire à l'époque, formalisait son 1<sup>er</sup> Règlement Local de Publicité (RLP), modifié en 1985, puis en 1987. Ce document est rendu caduc depuis janvier 2021, conformément aux dispositions de la loi n° 2010-788 du 12 Juillet 2010 portant engagement National pour l'environnement.

#### **I.1.1 Le territoire**

La Gacilly est née de la fusion des trois communes de La Gacilly, Glénac et La Chapelle-Gaceline en janvier 2017 et compte plus de 3900 habitants. Elle se situe au nord-est du département du Morbihan et limitrophe de l'Ille-et-Vilaine. La ville compte un nombre d'équipements, de services et d'emplois qui lui permettent de ne pas être sous influence d'un pôle urbain.

Le maillage hydrographique est important notamment par la présence des vallées de l'Oust, de l'Aff, du Rahun qui serpentent dans le territoire communal et créent une amplitude de relief importante. Les paysages sont variés passant d'un espace forestier à un espace agricole, à un espace urbanisé où la nature est maîtrisée, ou à un espace industrialisé.

Carte des ambiances paysagères



A l'image de son entreprise emblématique, Yves Rocher, La Gacilly articule son offre touristique et culturelle autour de l'art, la nature et la beauté : village d'artisans, jardin botanique, maison de la photographie.

Chaque année depuis 2004, le centre-ville est durant 4 mois, l'espace scénique d'une grande exposition photographique avec un focus thématique géographique et/ou environnemental. Les rues, les jardins et les venelles de la ville portent et mettent en valeur près de 1000 toiles pouvant atteindre 70 mètres carrés. Ce festival photo compte une moyenne de 310 000 visiteurs.

### I.1.2 Le projet objet de l'enquête

Le Règlement Local de Publicité (RLP) de La Gacilly s'inscrit dans une volonté affirmée de concilier attractivité commerciale, qualité du cadre de vie et protection des paysages et du patrimoine. Ce document permet d'adapter les dispositions de la réglementation nationale aux spécificités locales, en cohérence avec les ambitions de la municipalité et les attentes des habitants et acteurs économiques du territoire.

#### **Définitions clés :**

- **Publicité** : Dispositif ou inscription ayant pour objectif de promouvoir un produit, un service, une marque ou une activité, visible depuis l'espace public. Le but de la publicité est d'informer et d'attirer l'attention, mais elle doit respecter des critères de taille, d'intégration paysagère et de sécurité.
- **Enseigne** : Dispositif signalant le nom, l'activité ou la nature d'un établissement ou d'une entreprise. Les enseignes doivent être implantées de manière à ne pas perturber l'architecture du bâtiment sur lequel elles s'accrochent ou l'harmonie du quartier dans lequel elles s'insèrent.
- **Préenseigne** : Dispositif installé en dehors du site d'un établissement, visant à indiquer la proximité d'un commerce ou d'une zone commerciale.
- **Vitrine** : Surface vitrée d'un magasin ou d'un commerce, souvent utilisée pour présenter des produits, services ou informations commerciales.

A ces définitions s'ajoutent, les dispositifs temporaires, le mobilier urbain et le micro-affichage.

### **I.1.2 A Les grandes orientations :**

#### **L'encadrement des dispositifs d'affichage et d'information commerciale**

Afin de faciliter la compréhension et l'application des règles, le RLP propose un cadre commun clair, accompagné de supports pédagogiques (cf. Charte devantures et enseignes), en vue de favoriser la concertation et l'appropriation du règlement par l'ensemble des usagers

Le RLP est également conçu en articulation étroite avec le Plan Local d'Urbanisme en cours de consultation.

## **La préservation et la valorisation des ambiances paysagères de la commune**

Maintenir et affirmer l'identité de La Gacilly, en protégeant les composantes paysagères et architecturales remarquables.

Mettre en valeur l'architecture locale, notamment dans les centres anciens, par une intégration qualitative des enseignes et des publicités.

Conserver la dimension naturelle du reste du territoire, en limitant l'implantation des dispositifs dans les secteurs à dominante naturelle ou agricole.

## **La stratégie commune d'aménagement et de développement**

Renforcer la perception des centralités, en rendant plus lisibles et attractifs les pôles de vie et de commerce.

Encourager la mixité fonctionnelle, en soutenant les espaces mêlant activités économiques, culturelles, résidentielles et sociales.

Affirmer la diversité et la qualité de l'appareil commercial, en assurant une visibilité raisonnée et harmonieuse des commerces.

Envisager des exceptions adaptées, permettant de répondre à des situations particulières (bâtiments isolés, sites touristiques, événements culturels) tout en respectant l'esprit du règlement.

### **I.1.2 B Les prescriptions réglementaires :**

Le Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de La Gacilly est un instrument juridique mis en place pour réguler l'implantation, l'aspect et l'entretien des dispositifs publicitaires, des enseignes et des préenseignes. Son champ d'application s'étend à l'ensemble du territoire communal, comprenant à la fois les zones urbaines denses, et les secteurs résidentiels et ruraux. Selon les dispositifs envisagés et leur emplacement, les demandes d'autorisation doivent justifier du respect des prescriptions du règlement, en vérifiant leur conformité aux critères esthétiques, environnementaux et sécuritaires

#### **1. Le découpage du territoire en zones :**

Le règlement est structuré autour de la dénomination de zones spécifiques, afin de répondre aux besoins et aux enjeux propres à chaque secteur. Ces zones, appuyées sur celles définies dans le Plan Local d'Urbanisme, sont organisées en fonction des types de paysages, d'activités et de l'intensité de la fréquentation publique :

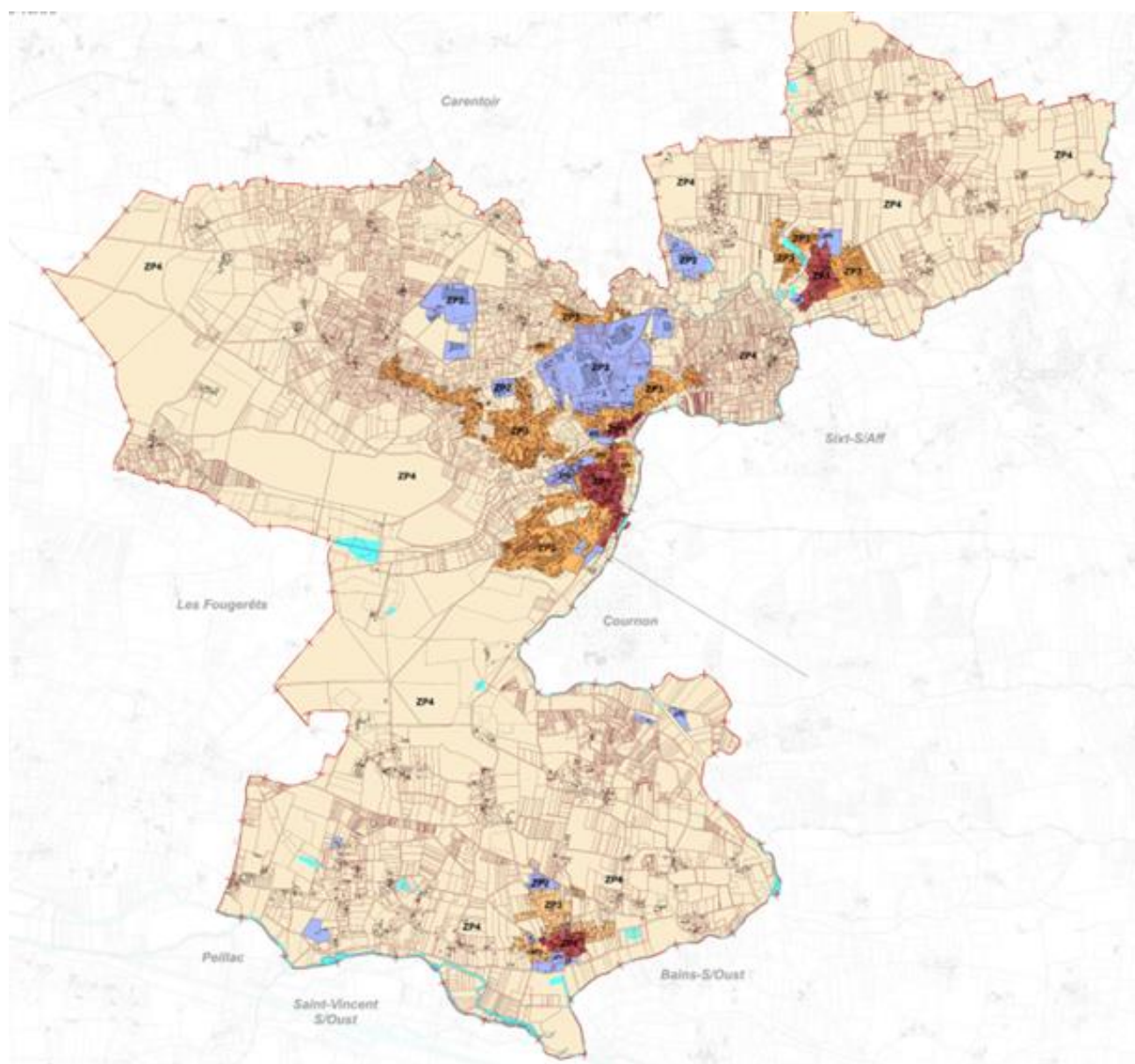
**Zone ZP1** (Centres-villes et zones à forte densité commerciale) : Cette zone comprend les centres-villes des agglomérations de La Gacilly, Glénac et La Chapelle-Gaceline. Ces espaces sont caractérisés par une densité importante de commerces et de services (ou potentiellement plus importante), où une certaine forme de publicité est autorisée pour soutenir l'activité commerciale. Cependant, afin de préserver

l'harmonie esthétique du centre-ville, l'implantation de publicités et d'enseignes est soumise à des règles strictes de taille, d'emplacement et de matériaux.

**Zone ZP2** (Secteurs industriels et artisanaux) : Cette zone inclut les zones d'activités économiques et industrielles, où une signalisation est nécessaire pour faciliter l'accès aux établissements. Les règles sont assouplies pour permettre une visibilité accrue, mais des limitations existent pour éviter toute pollution visuelle excessive, notamment pour les publicités et préenseignes, qui doivent être proportionnelles aux besoins d'information.

**Zone ZP3** (Quartiers résidentiels) : Ces secteurs, où l'objectif est de préserver la qualité de vie des habitants, font l'objet de restrictions très strictes. Les dispositifs publicitaires et les enseignes y sont interdits pour éviter la pollution visuelle et préserver le caractère tranquille et harmonieux de ces espaces résidentiels. Cependant, des exceptions sont prévues, notamment pour les plaques professionnelles et certaines signalétiques discrètes liées à des activités spécifiques.

**Zone ZP4** (Espaces naturels et ruraux) : Cette zone englobe les territoires en dehors des agglomérations et des espaces naturels sensibles. Les publicités y sont strictement interdites pour préserver le paysage naturel et éviter la dégradation du cadre rural. L'objectif est de protéger la biodiversité, maintenir la beauté du paysage et limiter l'impact visuel des installations commerciales dans ces zones sensibles.



### Légende

-  Limite communale
-  Réseau viaire
-  Unités foncières
-  Parcelles
-  Bâtis
-  ZP1
-  ZP2
-  ZP3
-  ZP4

## 2. Dispositions règlementaires générales applicables à l'ensemble des zones :

### **La qualité de l'aspect extérieur et la durabilité des installations :**

Une attention particulière est portée à la qualité esthétique des installations et à leur intégration dans leur environnement. Tous les dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes doivent respecter des critères visuels précis, garantissant qu'ils s'intègrent de manière fluide au paysage, qu'il soit urbain ou naturel. La durabilité des dispositifs est également un point fondamental. Ils doivent être conçus pour résister aux intempéries et aux agressions climatiques, de manière à maintenir leur aspect esthétique sur le long terme.

### **La nécessité d'entretien et de conformité :**

L'entretien des installations est une obligation légale. Il incombe aux propriétaires des dispositifs de maintenir leurs installations en bon état, en effectuant les réparations nécessaires en cas de détérioration. Tout dispositif qui présente un risque pour la sécurité publique ou qui dégrade le paysage devra être rapidement mis en conformité, voir retiré.

## 3. Les prescriptions par type de dispositifs

### **Dispositions applicables aux publicités :**

Dans les zones résidentielles (ZP3) et dans les espaces naturels (ZP4), les publicités sont strictement interdites afin de préserver le calme et la beauté de ces lieux. En revanche, dans les zones commerciales (ZP1 et ZP2), la publicité est autorisée, mais soumise à des limitations de taille, de forme et de positionnement.

### **Dispositions générales applicables aux enseignes :**

Dans toutes zones, l'apposition de tous types d'enseignes est interdite sur les arbres et plantations, sur les poteaux électriques et candélabres, ainsi que sur les clôtures.

Les enseignes sont interdites dans la zone délimitée ZP3 du présent règlement, à l'exception des plaques professionnelles (de type activités libérales)

Les enseignes et préenseigne liées aux transactions immobilières sont admises temporairement.

### **Dispositions applicables aux enseignes en façade :**

Les enseignes sont autorisées dans les zones ZP1, ZP2 et ZP4.

En zone ZP1, elles doivent être implantées exclusivement sur la façade supportant la devanture sans masquer les décors architecturaux. Les enseignes en bandeau doivent être implantées dans la largeur des vitrines ou des linteaux.

Les enseignes en drapeau sont autorisées à une par activité (hormis établissement bordant plusieurs rues), et en saillie et taille limitées.

Les teintes fluorescentes et criardes sont interdites.

En ZP1, les vitrophanies sont limitées en surface et aux informations relatives à l'activité du commerce (horaires d'ouverture, fonctionnement, etc...).

#### **Dispositions applicables aux enseignes fixées au sol :**

Dans les zones ZP1, ZP2 et ZP4, dans le cas d'une façade supportant déjà une enseigne, elles sont limitées à une unité par activité (et éventuellement par alignement).

Dans le cas d'un immeuble regroupant plusieurs activités, elles doivent être supportées par un seul et même dispositif et de mêmes dimensions.

En ZP1, la surface unitaire des enseignes posées au sol est limitée à 1,20 m<sup>2</sup>.

En ZP2 et ZP4, la surface unitaire des enseignes posées au sol est limitée à 6 m<sup>2</sup>, et doit être contenue dans les gabarits maximums.

#### **Dispositions applicables aux enseignes en toiture :**

Elles sont interdites dans toutes les zones.

#### **Dispositions applicables aux enseignes lumineuses :**

Les caissons lumineux, à l'exception des symboles officiels (Pharmacie...) sont interdits.

L'éclairage de l'enseigne doit se limiter au seul besoin de sa lisibilité nocturne et tout au plus 1 heure avant et après l'ouverture de l'activité.

Les dispositifs d'éclairages indirects des enseignes doivent être dissimulés dans les dessins architecturaux des façades et sans visibilité pour des leds.

#### **Dispositions applicables aux préenseignes :**

À l'exception des supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain, tous types de préenseignes sont interdits au sein des zones ZP3 et ZP4.

En ZP1, seules les préenseignes liées aux activités de restauration (de type chevalet, pupitre ou porte menu) ou aux activités pour lesquelles les locaux sont non visibles depuis l'espace public sont autorisées temporairement avec accord préalable. Dans ce cas, elles sont limitées à une unité par établissement.

En ZP2, les préenseignes peuvent être admises sur le domaine public avec autorisation préalable et sur des points de regroupement spécialement prévus à cet effet.

## I.2 Désignation du Commissaire Enquêteur

Par décision n° E26000043 /35 du 19 mars 2026, Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Rennes a désigné Pierre GOS, retraité, en tant que commissaire enquêteur.

## I.3 Organisation de l'enquête

L'enquête publique a été prescrite par arrêté municipal N°105/2026 du 30 Avril 2026. Les principales dispositions prévues par cet arrêté sont les suivantes :

- Enquête publique du mardi 26 mai 2026 à 9 heures au lundi 15 juin 2026 à 17 heures, pour une durée de 21 jours ;
- Le siège de l'enquête publique est fixé à la mairie de La Gacilly, rue de l'Hôtel de Ville 56200 LA GACILLY ;
- Dossier consultable à la mairie de La Gacilly aux jours et heures habituels d'ouverture, en version papier, sur poste informatique, et sur le site internet de la commune à l'adresse : <https://lagacilly.fr/> ;
- Permanences assurées par le Commissaire Enquêteur :
  - Mardi 26 mai 2026 de 9h00 à 12h00 à la mairie de La Gacilly
  - Lundi 8 juin 2026 de 14h00 à 17h00 à la mairie de La Gacilly
  - Lundi 15 juin 2026 de 14h00 à 17h00 à la mairie de La Gacilly
- Le public pourra adresser ses observations et propositions par correspondance au commissaire enquêteur au siège de l'enquête publique, par voie postale à M. le commissaire enquêteur, rue de l'Hôtel de Ville – BP 4 – 56200 La Gacilly et par courrier électronique à [enquetepublique@lagacilly.fr](mailto:enquetepublique@lagacilly.fr)
- Copie du rapport et des conclusions motivées seront tenues à la disposition du public pendant 1 an :
  - à la mairie de La Gacilly
  - auprès du Préfet du Morbihan
  - sur le site internet de la commune de La Gacilly <https://lagacilly.fr/>;
- A l'issue de la procédure, le conseil Municipal pourra approuver à la majorité des suffrages exprimés le projet de Règlement Local de Publicité (RLP).

## I.4 Publicité de l'enquête

### I.4.1 Publicité réglementaire dans la presse

L'arrêté municipal a prévu une insertion d'avis d'enquête dans 2 journaux locaux ou régionaux : « Les Infos du Pays de Redon » et « Ouest France », diffusés dans le Morbihan au moins 15 jours avant le début de l'enquête, et rappelé dans les 8 premiers jours de l'enquête (2ème parution).

### I.4.2 Publicité sur le site internet de la commune

L'avis d'enquête publique a également été publié sur le site internet de la commune : <https://lagacilly.fr/>

### I.4.3 Affichage

L'arrêté municipal a prévu un affichage au format A2 sur fond jaune (liste de 12 lieux), 15 jours avant le début de l'enquête et pour toute la durée de celle-ci.

## I.5 Documents mis à la disposition du public

Le dossier mis à la disposition du public à la mairie de La Gacilly pendant la durée de l'enquête était composé des documents suivants :

- L'arrêté municipal prescrivant l'ouverture de l'enquête publique, en date du 30 avril 2026 (4 pages)
- Le projet de RLP comprenant :
  - Le diagnostic (observations de juillet 2020 à juin 2023), présentant l'état initial de l'environnement du territoire de la Gacilly sur la base d'une analyse pluridisciplinaire : environnement naturel, contexte socio-économique, paysages et architecture. Il présente un repérage des enseignes, des publicités et préenseignes sur l'ensemble du territoire (278 pages).
  - Les justifications des prescriptions réglementaires qui encadrent l'écriture du RLP et de la charte d'aménagement commercial (16 pages)
  - La partie réglementaire (18 pages)
  - Le zonage (carte A3)
  - La charte d'aménagement commercial qui détaille les grands principes et les bonnes pratiques pour guider les commerçants et artisans dans le choix des devantures et enseignes (20 pages).
- La délibération du conseil municipal du 16 octobre 2025 relative à la procédure : concertation et arrêt du RLP. (Document ajouté par le maître d'ouvrage le 03 juin 2026, suite à observations du public quant à l'absence de ceux-ci dans le dossier d'enquête public.)

- Les avis émis par les personnes publiques associées. (Documents ajoutés par le maître d'ouvrage le 03 juin 2026, suite à observations du public quant à l'absence de ceux-ci dans le dossier d'enquête public.)
- Un registre d'enquête coté et paraphé par mes soins.

## **II. Déroulement de l'enquête**

### **II.1 Réunions et visites**

Une réunion préliminaire s'est tenue le 24 avril 2026 avec Mme Sabrina BRUNO, responsable du service urbanisme de la commune de La Gacilly au siège de l'enquête publique afin de finaliser l'organisation : dates, lieux, et documents. Cette réunion s'est terminée en présence de Mr Eric VAUCELLE, maire délégué de la commune de La Gacilly.

Lors de la première permanence, j'ai accompagné Mr VAUCELLE et Mme BRUNO lors de leur rendez-vous avec Mme Brigitte HERCOUET, correspondante du journal Ouest-France (article parue le 30 mai 2026)

A l'issue de la deuxième permanence, je me suis rendu dans le centre historique de La Gacilly, ainsi qu'à Glénac et La Chapelle-Gaceline.

### **II.2 Visites du public et observations durant l'enquête**

Mardi 26 mai 2026 : 1<sup>o</sup> permanence, de 09h00 à 12h00, en mairie de La Gacilly :

- ni visite, ni observation

Lundi 08 juin 2026 : 2<sup>o</sup> permanence, de 14h00 à 17h00, en mairie de La Gacilly

- ni visite, ni observation

Lundi 15 juin 2026 : 3<sup>o</sup> permanence, de 14h00 à 17h00, en mairie de La Gacilly

- 1 visite, 1 observation

L'enquête publique a permis de recueillir 1 observation consignée sur le registre papier, et 5 emails, soit un total de 6 contributions.

Une observation par email est arrivée après la clôture de l'enquête.

**CLÔTURE DE L'ENQUÊTE À 17H00 LE 5 JUILLET 2023**

### II.3 Appréciation sur le déroulé de l'enquête

L'enquête publique s'est déroulée dans de bonnes conditions matérielles. La salle mise à ma disposition était adaptée à la tenue des permanences, et dotée d'une connexion internet. Cette enquête n'a pas suscité une participation importante du public.

### **III. Examen des observations enregistrées**

Les contributions déposées à l'enquête publique sont classées selon la nomenclature suivante. Une seule observation a été consignée sur le registre, et est classée R1. Les 5 emails reçus sont identifiés par les numéros E1 à E5.

#### E1 – Mr. A. BESNARD, Association Fédérée du Don du Sang Bénévole (AFDSB)

L'Établissement français du sang (EFS) organise cinq collectes par an à La Gacilly. Pour informer les habitants, l'association locale des donneurs de sang bénévoles de La Gacilly installe temporairement plusieurs banderoles dans l'espace public de la commune, notamment aux ronds-points.

Sommes-nous concernés par ce nouveau règlement ?

#### R1 – Mme M.C. ROBLIN, Présidente AFDSB

Pour compléter le mail de Mr BESNARD, sur lequel il parle de banderoles, je voudrais ajouter que l'on met des panneaux rigides (11) avec la date de collecte dans la ville.

#### E2 – Mr. C.H. DOUMERC, Responsable juridique Union & Communication Extérieure (UCE)

Je vous écris à propos de l'enquête publique portant sur l'élaboration du règlement local de publicité (RLP) de La Gacilly, qui se déroule du 26 mai au 15 juin.

En premier lieu, le dossier d'enquête publique ne nous paraît pas complet dans la mesure où ne sont pas référencés les délibérations, le bilan de concertation, les avis des personnes publiques associées (PPA) ainsi que le compte-rendu de la réunion de la CDNPS.

En second lieu, nous constatons qu'aucune procédure de concertation associant les afficheurs n'a été organisée concernant l'élaboration de ce RLP, alors que nous avons écrit aux services en ce sens (voir pièce jointe). Est-ce que des réunions de concertation se sont tenues ?

En troisième lieu, le projet de règlement se contente d'interdire purement et simplement la publicité sur domaine privé, ce qui fragilise d'autant plus la régularité du RLP.

Dans ces conditions, il est indispensable qu'une concertation et qu'une nouvelle enquête publique soient organisées.

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Communication Extérieure (UCE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité (RLP) de la commune de La Gacilly arrêté en séance du Conseil municipal le 16 octobre 2025 et soumis à enquête publique.

Ce projet de RLP ne respecte pas l'obligation de conciliation auquel tout RLP doit répondre et qui est pourtant imposée par le code de l'environnement. Un RLP est à la fois un acte administratif et réglementaire et un acte prescrivant des règles qui s'imposent aux sociétés locales d'affichage et aux enseignistes. A cet effet, il se doit de concilier de manière optimale les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux, dans le strict respect de la liberté d'expression, de la liberté d'affichage et de la liberté du commerce et de l'industrie.

C'est pourquoi nous vous présentons nos demandes d'aménagements réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

**A titre liminaire**, nous déplorons l'absence de concertation et de réunions d'échanges qui auraient dû associer l'ensemble des parties prenantes et notamment les professionnels de l'affichage. En effet, une telle concertation permet, d'une part, aux différentes parties prenantes de faire valoir leurs observations et, d'autre part, de prendre connaissance du projet de règlement et de zonage et des orientations de la collectivité afin d'en évaluer les impacts.

Par ailleurs, nous constatons à ce jour que le dossier d'enquête publique ne comprend pas notamment les avis des personnes publiques associées (PPA) ni le bilan de la concertation ou encore le compte-rendu de la réunion de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ni même le rapport de la Direction départementale des territoires (DDT) dans le cadre du contrôle de légalité.

Vous trouverez à cet effet, formulées ci-dessous, nos différentes propositions.

- **Dispositions générales**

Le projet de règlement détaille et reproduit de nombreuses dispositions du code de l'environnement.

**Dans un objectif de simplification réglementaire, il conviendrait de ne pas reproduire ces dispositions, lesquelles peuvent être amenées à évoluer par ailleurs.**

- **Interdiction générale de la publicité murale sur domaine privé**

L'article 1 « Dispositions applicables aux publicités » interdit de manière générale et absolue la publicité murale sur domaine privé dans l'ensemble du territoire de la

commune.

A titre liminaire, l'article 1581-1 du code de l'environnement dispose que :

*« 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'enseigner et de préenseigner, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre »*

La liberté d'affichage est une composante indissociable de la liberté d'expression, liberté fondamentale consacrée par l'article 11 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789. Ainsi, ce projet de règlement contredit gravement la liberté d'expression - et donc la liberté d'affichage - dans la mesure où il vise à interdire à un média d'exister dans le territoire communal.

De plus, l'interdiction ainsi envisagée par le projet de règlement n'est pas circonstanciée dans le temps ni dans l'espace et n'est pas proportionnée au but recherché. Or, le Conseil d'Etat a jugé dans l'affaire « Benjamin » que le maire « doit concilier l'exercice de ses pouvoirs avec le respect de la liberté de réunion garantie par les lois des 30 juin 1881 et 28 mars 1907 » (CE, 19 mai 1933 N° 17413, 17520). Le commissaire du Gouvernement indiquait, dans ses conclusions, que « la liberté est la règle, la restriction de police l'exception ».

L'interdiction ainsi portée par le projet de règlement de la commune de La Gacilly n'est pas justifiée par des considérations liées à la protection du cadre de vie.

Un RLP a pour objectif principal d'adapter le règlement national de publicité (RNP) issu du code de l'environnement et non de se contenter d'interdire toute forme de publicité. Une telle interdiction, outre son caractère manifestement illégal, aurait pour conséquence notable d'obliger les annonceurs à se reporter vers d'autres médias non réglementés, comme Internet et les géants du Web (GAFAM).

Or, un règlement local de publicité se doit de concilier, d'une part, la liberté d'affichage et d'expression et d'autre part, la protection du cadre de vie, comme l'indique l'article 1581-1 du code précité. La ministre de la Transition écologique et solidaire a rappelé en la matière, à l'Assemblée nationale, que « le contrôle du droit de propriété et de la concurrence sera en tout état de cause, comme pour tout acte administratif, assuré par le juge administratif, s'agissant tant du règlement local de publicité que des autorisations » (Barbara Pompili, le 11 mars 2021, Commission spéciale chargée d'examiner le projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets).

Par ailleurs, le Conseil d'Etat a consacré l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie (CE Sect. Avis, 22 novembre 2000, « soc. L&P Publicité »). Le Conseil d'Etat considère en effet que :

*« 2/ La réglementation locale de l'affichage en zone de publicité restreinte peut, en vertu de l'article 10 de la loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes*

et préenseignes : "déterminer dans quelles conditions et sur quels emplacements la publicité est seulement admise" et "interdire la publicité ou des catégories de publicité définies en fonction des procédés et dispositifs utilisés". Tout en ayant pour objectif la protection du cadre de vie, elle est susceptible d'affecter l'activité économique de l'affichage. **Dès lors un maire, lorsqu'il réglemente cette activité dans une zone de publicité restreinte, doit prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence**, dans les conditions mentionnées ci-dessus »

Le Conseil d'Etat a également rappelé que « toute restriction qui est apportée à la publicité est susceptible de porter atteinte à la liberté d'entreprendre, au droit de propriété ainsi qu'à la liberté d'expression et de constituer une entrave à la libre circulation des marchandises ou à la libre prestation de services » (avis sur un projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et ses effets du Conseil d'Etat du 4 février 2021, N° 40193).

Les interdictions générales et absolues sont prohibées par les juridictions administratives selon une jurisprudence constante (v. CE, 28 juillet 2000, n°152594 et pour des applications par les juges du fond : TA Versailles, 29 mars 1994, « UPE c/ commune de Saint-Cyr-l'Ecole et Préfet des Yvelines », n° 88 2312 ; TA Versailles, 12 avril 1994, « Sayag Electronic c/ commune de Maisons-Laffitte », n° 90 4099 et 4100; TA Versailles, 6 décembre 1995, « UPE c/ Commune de Longjumeau et Préfet de l'Essonne », n° 92 5811 et 94 4891).

Plus récemment, le Tribunal administratif de Rennes a également rappelé (TA Rennes 3 novembre 2025, N° 2204032) que :

« Par son article 5, le règlement local de publicité de Lanester interdit notamment les publicités et préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol et les publicités et préenseignes apposées sur clôture. Pour les mêmes motifs que ceux énoncés au point 7, s'agissant en particulier de l'interdiction des supports scellés au sol dans le cadre d'une zone unique qui couvre l'ensemble de l'agglomération de Lanester, zones d'activité comprises, une telle interdiction, qui, de surcroît, ne concerne pas exclusivement la publicité numérique, est manifestement disproportionnée aux seuls enjeux identifiés par le rapport de présentation en termes de densité et de format de ce type de publicités. Dès lors qu'elle a pour effet d'interdire la quasi-totalité de l'offre qui pouvait jusqu'ici être proposée dans les zones d'activité de la commune, sans que la publicité murale soit une alternative crédible dans ce type de zones, cette interdiction porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie. Par ailleurs, ainsi que l'a relevé le commissaire enquêteur, cette interdiction, en l'absence d'augmentation significative de l'affichage mural, et à défaut pour les autres modes de publicité autorisés sur le domaine public de comporter des grands formats lisibles par les conducteurs automobiles, porte également une atteinte disproportionnée à la liberté d'expression. Pour l'ensemble de ces motifs, les sociétés requérantes sont également fondées à soutenir que l'article 5 du règlement local de publicité est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation. »

Ces jurisprudences confirment de nouveau le caractère manifestement excessif de la future réglementation de la commune de La Gacilly ainsi qu'une éventuelle censure de la part des juridictions administratives, le cas échéant.

**Pour toutes ces raisons, le projet de règlement se doit d'autoriser la publicité murale sur domaine privé, sous un format de 4,70 m2, encadrement compris.**

En effet, la réglementation nationale autorise sur ce territoire la publicité murale avec un format de 4,70 m2. Le code de l'environnement opère une distinction entre les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (format limité à 4,70 m2) et les agglomérations de plus ou moins 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (10,50 m2 maximum).

**Dans ces conditions, nous demandons d'autoriser à *minima* la publicité murale en ZP2 :**

- **Surface de 4.70 m2**
- **Un dispositif publicitaire mural par unité foncière**
- **Aspect extérieur**

L'article 3 « *Aspect extérieur* » dispose que :

*3.2. Les publicités, préenseignes, ou enseignes doivent s'intégrer à leur environnement en respectant les principes suivants :*

- *Le dispositif doit être adapté à son environnement, en prenant en compte le contexte local.*
- *Les dimensions et proportions du dispositif doivent être appropriées pour s'harmoniser avec le site.*
- *Les couleurs, matériaux, aspects et finitions du dispositif doivent être choisis de manière à se fondre dans le paysage et à respecter l'esthétique des lieux.*

*3.3. Pour chaque dispositif, le choix des matériaux doit être le fruit d'une réflexion approfondie. Cette réflexion doit prendre en compte la qualité du paysage, de l'architecture et de l'environnement du lieu dans lequel le dispositif sera installé. L'objectif est de veiller à une insertion optimale du dispositif, quelle que soit la nature du contexte d'implantation. Il s'agit de choisir des matériaux qui s'harmonisent avec l'esthétique environnante et contribuent à préserver la cohérence du lieu.*

*3.4. Lorsque plusieurs dispositifs sont installés sur une même unité foncière, ils doivent présenter une cohérence d'ensemble dans leur présentation et leur installation. Cela signifie que les matériaux, les couleurs, les dimensions, et le dessin des dispositifs et des supports doivent être coordonnés pour créer une harmonie visuelle.*

*3.5. Les teintes choisies ne doivent en aucun cas être agressives. Les couleurs sélectionnées doivent contribuer à maintenir une esthétique harmonieuse et à ne pas causer de perturbations visuelles.*

*3.6. L'autorité administrative se réserve le droit de proposer des solutions alternatives si une teinte est jugée trop criarde ou agressive. Cela peut impliquer la recommandation de couleurs plus douces ou adaptées à l'environnement. A titre d'exemples non exhaustifs, des couleurs comme le vert fluo, le jaune fluo, le rose magenta, l'orange vif, et le rouge vif sont considérés comme agressifs et inappropriés. Il est fortement conseillé de s'inspirer des recommandations de la Charte d'Aménagement des Devantures Commerciales proposée par la municipalité de La Gacilly.*

Ces différentes obligations sont beaucoup trop générales et peuvent entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, elles impliquent une appréciation subjective et ne reposent pas sur des éléments précis et tangibles. Le projet de règlement ne précise pas non plus les modalités pratiques de contrôle du respect de cette obligation.

En outre, de telles obligations sont difficile à définir et peuvent se heurter à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme tel qu'appliqué par les juridictions administratives aux RLP (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N° 17PA23182).

Enfin, l'obligation de couleurs douces ou adaptées à l'encadrement applicable à l'encadrement des dispositifs publicitaires est contraire à l'identité visuelle des sociétés d'affichage, lesquelles utilisent leurs propres standards.

**Pour toutes ces raisons, nous préconisons de supprimer ces différentes obligations.**

#### **- Entretien**

L'article 5 « Entretien » du projet de règlement énonce que :

*5.1. Chaque intervention sur une installation publicitaire doit inclure une vérification complète, le remplacement des pièces défectueuses, le nettoyage du matériel et de ses environs. Les parties défailtantes des dispositifs lumineux doivent être réparées ou remplacées sans délai pour assurer leur bon fonctionnement.*

*5.2. Les dispositifs dotés d'un moteur électrique nécessitent des systèmes de rotation en parfait état, avec des niveaux de bruit conformes aux règles définies dans le décret n° 2006-1099 du 31 août 2006 relatif à la lutte contre les nuisances sonores, conformément au Code de la santé publique.*

*5.3. Lorsque des dispositifs publicitaires, d'enseignes ou préenseignes sont déposés, aucune trace des anciens montages ne doit être laissée apparente. Cela peut impliquer la suppression d'ancrages et de systèmes d'alimentation, la correction de la peinture, et la réparation du revêtement. Cette disposition vise à préserver l'esthétique des lieux.*

*5.4. En cas de cessation d'activité de l'entreprise signalée par une enseigne, préenseigne ou une publicité, la personne exerçant cette activité doit supprimer*

*l'ensemble des dispositifs afférents et remettre les lieux en état dans les trois mois suivant la cessation de l'activité, sauf si l'enseigne présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque, auquel cas elle peut être préservée.*

L'article R.581-24 du code de l'environnement dispose que :

*« Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent. »*

Or, les dispositions de l'article 5 reproduites ci-dessus vont bien au-delà de ce qui est imposé par le code de l'environnement. De plus, chaque société d'affichage définit ses propres standards en matière d'entretien des dispositifs publicitaires.

**C'est pourquoi nous préconisons de supprimer ces dispositions et de s'en tenir au règlement national de publicité (RNP) issu du code de l'environnement.**

- **Passerelles de sécurité**

L'article 6.1 « Accessoires » du projet de règlement énonce que :

*« Les dispositifs permanents utiles à l'entretien des dispositifs ou l'encollage des publicités, telles que les passerelles facilitant la pose d'affiches, sont interdits lorsqu'ils sont visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique. Dans ce cas, ces accessoires doivent être amovibles et retirés lorsqu'ils ne sont pas utilisés, pour maintenir l'aspect esthétique de l'environnement urbain. »*

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs ».

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R. 4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Dans ces conditions et afin de tenir compte des impératifs en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous proposons de modifier l'article 6.1 comme suit :

*« Les dispositifs facilitant la pose des affiches (passerelle, échelle, etc.) devront obligatoirement être amovibles ou rabattables. Lorsqu'ils sont intégralement repliables ils doivent demeurer pliés en l'absence des personnes chargées de les utiliser. »*

- **Dispositions applicables aux préenseignes**

Il est à noter que les préenseignes suivent le régime de la publicité (article L.581-19 du code de l'environnement).

Nous relevons que l'article 3 « Dispositions applicables aux préenseignes » du projet de

règlement dispose que :

*3.1. À l'exception des supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain, tous types de préenseignes sont interdits au sein des zones délimitées ZP3 et ZP4 du présent règlement.*

*3.2. En zone ZP1, seules les préenseignes liées aux activités de restauration (de type chevalet, pupitre ou porte menu) ou aux activités pour lesquelles les locaux sont non visibles depuis l'espace public (P.ex. locaux en retrait, sous porche, etc.) sont autorisées. Elles peuvent être admises sur le domaine public, sous réserve d'avoir fait l'objet d'une autorisation préalable et d'être situées à proximité immédiate des établissements qu'elles renseignent. Dans ce cas, elles sont limitées à une unité par établissement et ne doivent pas être installées à perpétuelle demeure.*

*3.3. En zone ZP2, les préenseignes peuvent être admises sur le domaine public, sous réserve d'avoir fait l'objet d'une autorisation préalable et qu'elles soient implantées sur des points de regroupement spécialement prévus à cet effet.*

Cet article vise notamment les chevalets installés par les commerçants, qui sont essentiellement assimilés à des dispositifs publicitaires ou des dispositifs de type enseignes situés sur le domaine public.

**Il conviendra de clarifier le régime des différents dispositifs visés par l'article 3 du projet de règlement et d'aligner le régime des préenseignes sur celui des dispositifs publicitaires.**

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.

**E4 – Mr. A. GILLE, Directeur Patrimoine AFFIOUEST**

Vous trouverez en pièce jointe la contribution de la société Affiouest quant à l'élaboration de ce RLP. Nous regrettons l'absence de concertation et l'interdiction totale de toute publicité extérieure sur le domaine privé.

Ces éléments nous paraissent particulièrement importants et remettent en cause la légalité de ce texte.

La publicité par Affichage extérieur est le seul média réglementé par le ministère de l'Environnement. La volonté de La Gacilly est la préservation du cadre de vie, selon le document présenté pour l'enquête publique.

La réglementation actuelle comprend la Loi dite ENE (2010 décrétee en 2012) complétée par la loi Climat & Résilience de l'été 2021 et les décrets du 30 octobre 2023 mettant fin au 4x3, ainsi que celui du 29 décembre 2023 concernant la police de l'affichage et le mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Ces textes définissent très clairement un cadre pour l'activité affichage extérieur. A leur application nous avons tous constaté dans nos villes la dépose de nombreux

panneaux. Ceux existants aujourd'hui sont donc en conformité, il était du pouvoir des préfets voire des maires de veiller à cela.

Aujourd'hui cette activité se déroule donc en harmonie avec les milieux urbains et la réglementation. Cela représente plusieurs emplois sur l'agglomération.

Des engagements sont pris en termes d'efficience environnementale : labellisation RSE, papier issu de forêts FSC, encres végétales, ...

Voici donc une activité intégrée répondant aux attentes environnementales voire les devançant en mettant à disposition des annonceurs un outil permettant de mesurer l'empreinte carbone d'une campagne pour la compenser. A ce titre c'est le seul média proposant cet outil.

Restreindre l'affichage extérieur sur le domaine privé (à l'application du RLP 100% de nos panneaux 4m2 ne seront plus en conformité) laissera le champ libre au seul autre média de ciblage local : internet et les applications mobiles, et à l'affichage sauvage.

Sont-ils aussi soucieux de l'impact environnemental, nécessitant l'utilisation d'écrans (ordinateur, tablette, smartphone, ...), de serveurs pour héberger ces publicités (la question se pose sur leurs localisations, consommation énergétique, pouvoir calorifique, ...) aux impacts à court, moyen et long termes importants sur le climat...

La publicité extérieure est 6 fois moins énergivore que celle digitale...

D'une activité respectueuse et engagée vers la neutralité carbone, allons-nous subir de nouveaux impacts ravageurs sur le climat ? Posons-nous les questions également des consommations énergétiques à l'heure où les crises environnementales et internationales nous rappellent l'importance de l'efficience de nos actes. Il est essentiel de ne pas permettre une surconsommation programmée.

Pourquoi la restriction touche-t-elle uniquement le domaine privé en autorisant la publicité sur mobilier urbain en ZP1 et ZP2 ?

Ces implantations publiques ne risquent-elles pas de créer une distorsion de concurrence ? L'opérateur ayant la délégation de service public va se retrouver en position monopolistique. Ceci est contraire à l'article 420-1 et 420-2 du Code de Commerce.

Nous sommes en accord pour remettre à plat l'implantation géographiques des panneaux d'affichage.

Nous demandons la réintégration de la publicité sur le domaine privé.

Nous proposons également de garder le format autorisé par le code de l'environnement sur les communes de moins de 10 000 habitants (soit 4.70m2).

Les entreprises locales des vallées de l'Aff et de l'Oust subissent la hausse du coût de l'énergie, la hausse du coût des matières premières, les tensions sur leurs marchés, ... Elles ont besoin de communiquer pour se maintenir.

En plus des conséquences directes et instantanées pour les afficheurs et leurs sous-traitants, c'est tout le bassin économique qui serait impacté à moyen terme.

Est-ce la volonté de ce règlement ?

Nous attirons votre attention sur le retour d'expérience des récents RLP approuvés dans le grand ouest, à l'exemple de Rennes Métropole, approuvé le 30/6/2022 et mis en conformité en 2024. Nous voyons depuis un accroissement de l'affichage sauvage.

C'est la preuve que trop de restrictions entraîne de nombreuses dégradations à l'inverse de l'effet visuel souhaité.

Nous demandons une écoute effective de nos paroles et des réponses à ces questions afin de construire ensemble un mieux vivre en intelligence et attirons votre attention sur le manque de concertation (pour autant obligatoire) lors de l'élaboration de ce RLP.

#### E5 – Mr. V. GOURDON, Directeur Régional Bretagne JC DECAUX

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du RLP de la Gacilly. Ayant pu prendre connaissance du projet de RLP arrêté le 16 octobre 2025, nous tenons à vous faire part de l'importance de maintenir un traitement spécifique du mobilier urbain publicitaire au sein du futur règlement.

En effet, conformément aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, cinq types de mobiliers urbains sont susceptibles de pouvoir recevoir de la publicité en agglomération (abris-voyageurs, kiosques à journaux ou à usage commercial, colonnes et mâts porte-affiches, mobiliers d'informations).

Traité de manière spécifique par le Code de l'environnement (sous-section dédiée à l'« utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire »), le **mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire »** (c'est-à-dire, un dispositif principalement, voire exclusivement, dédié à de la publicité commerciale).

**Support de publicité qu'« à titre accessoire »** (article R.581-42 du Code de l'environnement), le mobilier urbain a pour fonction principale de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers (*abris voyageurs et service public des transports - article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, mobiliers d'informations et service public de l'information - Conseil d'Etat 10 juillet 1996 « Coisne », requête n°140606*). Cette spécificité a d'ailleurs été rappelée par les juges qui considèrent que « le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, et **a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés** » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021,

requête n° 19NC02575, plus récemment TA Orléans 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Rennes, 13 avril 2023, requête n°2003094).

Le mobilier urbain ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens. Ce sont les recettes publicitaires du mobilier urbain qui permettent de financer le modèle (installation, entretien, maintenance des mobiliers urbains dans toutes leurs diversités et tout au long du contrat) et les services qui lui sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques ...), le tout participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

En outre et contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public est **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** :

- par **contrat public** qui définit notamment le nombre, le type, la technologie, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation ;

- au titre des **autorisations d'occupation du domaine public** afférentes qui permettent à la collectivité concernée de valider au cas par cas les implantations ;

- par le biais des **formulaire d'autorisations préalables de publicité** prévus par le Code de l'environnement pour les implantations de mobiliers urbains numériques (CERFA n° 14798\*01);

- dans les périmètres protégés (notamment sites patrimoniaux remarquables, périmètres délimités et abords des monuments historiques) à l'appui des **déclarations préalables de travaux** prévues par le Code de l'urbanisme (CERFA n° 13404\*10) qui sollicitent l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, **toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante**. En effet, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine conserve à tout moment la possibilité de refuser une implantation sur son territoire, et ce même s'il l'autorise au départ.

**Nous adhérons donc à la démarche de la collectivité de ne pas figer au RLP des dispositions qui limiteraient les possibilités d'exploiter du mobilier urbain sur le territoire. De telles dispositions pourraient avoir pour conséquence immédiate de réduire le financement du mobilier urbain par la publicité et donc, de restreindre les services pouvant être offerts à la collectivité et ses usagers.**

A toutes fins utiles, nous souhaiterions attirer votre attention sur l'article 3.1 du projet de RLP :

*« Une autorisation pour un dispositif publicitaire, une enseigne ou une préenseigne peut être refusée ou subordonnée à des prescriptions spéciales si l'aspect extérieur du dispositif, sa situation, ses dimensions ou ses matériaux sont susceptibles de porter atteinte au caractère, à l'intérêt des lieux avoisinants, aux sites, aux paysages naturels*

*ou urbains, ainsi qu'à la préservation de certaines perspectives visuelles paysagères et/ou monumentales »*

Pour rappel, le Guide pratique relatif à la publicité extérieure de février 2025 précise que « *pour fonder sa décision, l'autorité compétente doit s'assurer que l'enseigne ou la publicité dont l'installation est envisagée respecte les dispositions qui la concernent, qu'elles figurent dans le code de l'environnement ou, le cas échéant, dans le RLP* » (§ 230, page 127). De plus, seuls certains dispositifs publicitaires sont soumis à l'autorisation préalable du maire (article L. 581-9 du code de l'environnement). Nous proposons donc d'apporter une clarification de cette disposition du RLP.

Dans ce cadre, nous préconisons **de tenir compte de ces prescriptions au sein du futur RLP**.

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente, Nous vous prions de recevoir, Madame le Maire, nos salutations distinguées

#### **IV. Avis des Personnes Publiques Associées**

Dans le cadre de la consultation, des avis ont été formulés par les Personnes Publiques Associées. Ils sont repris ci-après en synthèse.

##### **Mairie de CARENTOIR :**

Avis du 29 Octobre 2025 reçu en mairie le 03 Novembre 2025 :

Pas d'observation sur le projet de RLP, la commune de Carentoir n'étant pas concernée de façon directe.

##### **Mairie de BAINS-SUR-OUST**

Extrait du registre des délibérations du conseil municipal du 18 Décembre 2025, publié le 12 Janvier 2026 :

Avis favorable, sans remarque particulière ni observation.

##### **Communauté de communes DE L'OUST A BROCELIANDE**

Délibération du Conseil Communautaire du 27 Novembre 2025, publiée le 04 Décembre 2025 :

Proposition adoptée

#### **V. Procès-verbal de synthèse de l'enquête publique**

J'ai remis ce procès-verbal à Mme BRUNO, responsable du service urbanisme de la commune de la Gacilly, le 23 juin 2026. Ce procès-verbal comprend notamment la

reprise des observations (mails et observation sur le registre) de l'enquête publique, les avis des PPA, et la liste de mes questions, reprise ci-dessous :

### **1-Phase consultative :**

Dans le diagnostic réalisé pour l'élaboration du RLP de La Gacilly, vous présentez dans les éléments de contexte, une appréciation des enjeux liés aux enseignes et devantures par les entrepreneurs locaux (P. 46 et 47). Cette appréciation fait suite à un atelier de médiation « sur les enseignes et devantures », dans le cadre de l'élaboration du RLP, auquel ont participé 6 entrepreneurs.

Dans l'extrait de délibérations du Conseil Municipal du 16 Octobre 2025 (N° 2025-10-16-08), arrêtant le projet de RLP, vous précisez avant délibération :

*Considérant que le projet a été présenté aux commerçants de la commune lors d'une réunion d'information le 29 Novembre 2023, permettant de recueillir leurs observations ;*

*Considérant qu'en dehors de cette présentation, aucune concertation publique n'a été organisée à ce stade de la procédure.*

Et dans le prolongement de l'observation E2 de Mr DOUMERC, représentant l'UCE, sur l'absence du compte rendu de la réunion de la CNDPS,

**Pourriez-vous m'indiquer dès lors, l'ensemble des modalités de concertation de sa prescription à son bilan, ainsi que les délibérations qui y sont rattachées ?**

### **2-Etat des lieux :**

Dans le diagnostic, un état des lieux a été réalisé sur l'ensemble de la commune pour les devantures, les enseignes, les publicités et préenseignes.

Cette présentation exhaustive a établi une cartographie au regard du Règlement National de Publicité (RNP) et de l'intégration paysagère.

**Pourriez-vous m'indiquer, les modalités de réalisation de l'état des lieux ainsi que la grille de catégorisation de l'intégration paysagère ?**

### **3-Aspect extérieur :**

Dans l'article 3 : Aspect extérieur du projet de RLP, vous faites régulièrement référence au choix de la couleur des dispositifs publicitaires, enseignes ou préenseignes. Vous désignez même des couleurs inappropriés et conseillez de s'inspirer des recommandations de la Charte d'Aménagement des Devantures Commerciales proposée par la municipalité de La Gacilly.

Cet article fait aussi l'objet d'une demande de suppression presque intégrale par l'UCE dans l'observation E3.

La Charte d'aménagement des Devantures Commerciales jointe au projet de RLP est un guide et propose (P. 18) un nuancier pour les menuiseries et portes et ferronneries).

**Pourriez-vous m'expliquer les obligations liées à cette charte et sa portée réglementaire ?**

Ce procès-verbal est joint en annexe n°1.

## **VI. Mémoire en réponse du Maître d'Ouvrage**

Le mémoire en réponse m'a été transmis par le Maître d'Ouvrage le 03 juillet 2026. Dans ce mémoire, le maître d'ouvrage a fait le choix de répondre directement aux contributions en complément de la réponse à mes questions.

Ce mémoire en réponse s'accompagne d'une version mise à jour du RLP intégrant les évolutions consenties en réponse à l'enquête publique, sans reprendre la totalité des réponses formulées.

Dans la partie avis et conclusions de mon rapport d'enquête, la totalité du mémoire en réponse sera intégrée.

Ce mémoire en réponse est joint en annexe n°2.

La version amendée mise à jour du RLP est joint en annexe n°3

Mes conclusions et avis sur le règlement local de publicité sont détaillés dans une présentation distincte.

Fait à Vannes, le 07 Juillet 2026

Pierre Gos  
Commissaire enquêteur

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke, written over the printed name and title.

|                |
|----------------|
| <b>ANNEXES</b> |
|----------------|

1. Procès-verbal de synthèse
2. Mémoire en réponse
3. Version amendée mise à jour du RLP

Pierre GOS  
56000 VANNES

Monsieur Le Maire de La Gacilly  
Rue de l'Hôtel de Ville  
56200 LA GACILLY

Objet : Procès-Verbal de synthèse de l'enquête publique portant sur le Règlement Local de Publicité (RLP) de La Gacilly

Monsieur le Maire,

L'enquête publique citée en objet s'est déroulée du mardi 26 mai 2026 9h00 au lundi 15 juin 2026 17h00 inclus. Elle a donné lieu à 3 permanences qui se sont déroulées à la mairie de La Gacilly aux dates suivantes :

- Le mardi 26 Mai 2026, de 9h à 12h
- Le lundi 08 juin 2026, de 14h à 17h
- Le lundi 15 juin 2026, de 14h à 17h

Elle a porté sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité de La Gacilly. Ce document vise à adapter la réglementation nationale de la publicité extérieure (publicités, préenseignes et enseignes) aux spécificités du territoire communal en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier.

L'enquête publique s'est déroulée dans de bonnes conditions matérielles et j'ai bénéficié d'un très bon accueil, au sein de la mairie de La Gacilly, site des permanences.

L'enquête publique a permis de recueillir 1 observation consignée sur le registre papier, et 5 emails, soit un total de 6 contributions.

Une observation par email est arrivée après la clôture de l'enquête. Pour information, elle est constituée d'une image de publicités sur un mur aveugle avec un commentaire.

Vous avez la possibilité de m'apporter tout élément que vous souhaiteriez porter à ma connaissance en réponse directe aux contributions déposées par le public : informations complémentaires, décisions modifiées, démentis, ...

## 1 – Traitement des Observations :

Les contributions déposées à l'enquête publique sont classées selon la nomenclature suivante. Une seule observation a été consignée sur le registre, et est classée R1. Les 5 emails reçus sont identifiés par les numéros E1 à E5.

### E1 – Mr. A. BESNARD, Association Fédérée du Don du Sang Bénévole (AFDSB)

L'Établissement français du sang (EFS) organise cinq collectes par an à La Gacilly. Pour informer les habitants, l'association locale des donneurs de sang bénévoles de La Gacilly installe temporairement plusieurs banderoles dans l'espace public de la commune, notamment aux ronds-points.

Sommes-nous concernés par ce nouveau règlement ?

### R1 – Mme M.C. ROBLIN, Présidente AFDSB

Pour compléter le mail de Mr BESNARD, sur lequel il parle de banderoles, je voudrais ajouter que l'on met des panneaux rigides (11) avec la date de collecte dans la ville.

### E2 – Mr. C.H. DOUMERC, Responsable juridique Union & Communication Extérieure (UCE)

Je vous écris à propos de l'enquête publique portant sur l'élaboration du règlement local de publicité (RLP) de La Gacilly, qui se déroule du 26 mai au 15 juin.

En premier lieu, le dossier d'enquête publique ne nous paraît pas complet dans la mesure où ne sont pas référencés les délibérations, le bilan de concertation, les avis des personnes publiques associées (PPA) ainsi que le compte-rendu de la réunion de la CDNPS.

En second lieu, nous constatons qu'aucune procédure de concertation associant les afficheurs n'a été organisée concernant l'élaboration de ce RLP, alors que nous avons écrit aux services en ce sens (voir pièce jointe). Est-ce que des réunions de concertation se sont tenues ?

En troisième lieu, le projet de règlement se contente d'interdire purement et simplement la publicité sur domaine privé, ce qui fragilise d'autant plus la régularité du RLP.

Dans ces conditions, il est indispensable qu'une concertation et qu'une nouvelle enquête publique soient organisées.

### E3 – Mr. A. BOYER, Président UCE

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Communication Extérieure (UCE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité (RLP) de la commune de La Gacilly arrêté en séance du Conseil municipal le 16 octobre 2025 et soumis à enquête publique.

Ce projet de RLP ne respecte pas l'obligation de conciliation auquel tout RLP doit répondre et qui est pourtant imposée par le code de l'environnement. Un RLP est à la fois un acte administratif et réglementaire et un acte prescrivant des règles qui s'imposent aux sociétés locales d'affichage et aux enseignants. A cet effet, il se doit de concilier de manière optimale les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux, dans le strict respect de la liberté d'expression, de la liberté d'affichage et de la liberté du commerce et de l'industrie.

C'est pourquoi nous vous présentons nos demandes d'aménagements réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

**A titre liminaire**, nous déplorons l'absence de concertation et de réunions d'échanges qui auraient dû associer l'ensemble des parties prenantes et notamment les professionnels de l'affichage. En effet, une telle concertation permet, d'une part, aux différentes parties prenantes de faire valoir leurs observations et, d'autre part, de prendre connaissance du projet de règlement et de zonage et des orientations de la collectivité afin d'en évaluer les impacts.

Par ailleurs, nous constatons à ce jour que le dossier d'enquête publique ne comprend pas notamment les avis des personnes publiques associées (PPA) ni le bilan de la concertation ou encore le compte-rendu de la réunion de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ni même le rapport de la Direction départementale des territoires (DDT) dans le cadre du contrôle de légalité.

Vous trouverez à cet effet, formulées ci-dessous, nos différentes propositions.

- **Dispositions générales**

Le projet de règlement détaille et reproduit de nombreuses dispositions du code de l'environnement.

**Dans un objectif de simplification réglementaire, il conviendrait de ne pas reproduire ces dispositions, lesquelles peuvent être amenées à évoluer par ailleurs.**

- **Interdiction générale de la publicité murale sur domaine privé**

L'article 1 « Dispositions applicables aux publicités » interdit de manière générale et absolue la publicité murale sur domaine privé dans l'ensemble du territoire de la commune.

A titre liminaire, l'article 1581-1 du code de l'environnement dispose que :

*« 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 préenseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre »*

La liberté d'affichage est une composante indissociable de la liberté d'expression,

liberté fondamentale consacrée par l'article 11 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789. Ainsi, ce projet de règlement contredit gravement la liberté d'expression - et donc la liberté d'affichage - dans la mesure où il vise à interdire à un média d'exister dans le territoire communal.

De plus, l'interdiction ainsi envisagée par le projet de règlement n'est pas circonscrite dans le temps ni dans l'espace et n'est pas proportionnée au but recherché. Or, le Conseil d'Etat a jugé dans l'affaire « Benjamin » que le maire « doit concilier l'exercice de ses pouvoirs avec le respect de la liberté de réunion garantie par les lois des 30 juin 1881 et 28 mars 1907 » (CE, 19 mai 1933 N° 17413, 17520). Le commissaire du Gouvernement indiquait, dans ses conclusions, que « la liberté est la règle, la restriction de police l'exception ».

L'interdiction ainsi portée par le projet de règlement de la commune de La Gacilly n'est pas justifiée par des considérations liées à la protection du cadre de vie.

Un RLP a pour objectif principal d'adapter le règlement national de publicité (RNP) issu du code de l'environnement et non de se contenter d'interdire toute forme de publicité. Une telle interdiction, outre son caractère manifestement illégal, aurait pour conséquence notable d'obliger les annonceurs à se reporter vers d'autres médias non réglementés, comme Internet et les géants du Web (GAFAM).

Or, un règlement local de publicité se doit de concilier, d'une part, la liberté d'affichage et d'expression et d'autre part, la protection du cadre de vie, comme l'indique l'article 1581-1 du code précité. La ministre de la Transition écologique et solidaire a rappelé en la matière, à l'Assemblée nationale, que « le contrôle du droit de propriété et de la concurrence sera en tout état de cause, comme pour tout acte administratif, assuré par le juge administratif, s'agissant tant du règlement local de publicité que des autorisations » (Barbara Pompili, le 11 mars 2021, Commission spéciale chargée d'examiner le projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets).

Par ailleurs, le Conseil d'Etat a consacré l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie (CE Sect. Avis, 22 novembre 2000, « soc. L&P Publicité »). Le Conseil d'Etat considère en effet que :

*« 2/ La réglementation locale de l'affichage en zone de publicité restreinte peut, en vertu de l'article 10 de la loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes : "déterminer dans quelles conditions et sur quels emplacements la publicité est seulement admise" et "interdire la publicité ou des catégories de publicité définies en fonction des procédés et dispositifs utilisés". Tout en ayant pour objectif la protection du cadre de vie, elle est susceptible d'affecter l'activité économique de l'affichage. **Dès lors un maire, lorsqu'il réglemente cette activité dans une zone de publicité restreinte, doit prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence**, dans les conditions mentionnées ci-dessus»*

Le Conseil d'Etat a également rappelé que « *toute restriction qui est apportée à la publicité est susceptible de porter atteinte à la liberté d'entreprendre, au droit de propriété ainsi qu'à la liberté d'expression et de constituer une entrave à la libre circulation des marchandises ou à la libre prestation de services* » (avis sur un projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et ses effets du Conseil d'Etat du 4 février 2021, N° 40193).

Les interdictions générales et absolues sont prohibées par les juridictions administratives selon une jurisprudence constante (v. CE, 28 juillet 2000, n°152594 et pour des applications par les juges du fond : TA Versailles, 29 mars 1994, « *UPE c/ commune de Saint-Cyr-l'Ecole et Préfet des Yvelines* », n° 88 2312 ; TA Versailles, 12 avril 1994, « *Sayag Electronic c/ commune de Maisons-Laffitte* », n° 90 4099 et 4100; TA Versailles, 6 décembre 1995, « *UPE c/ Commune de Longjumeau et Préfet de l'Essonne* », n° 92 5811 et 94 4891).

Plus récemment, le Tribunal administratif de Rennes a également rappelé (TA Rennes 3 novembre 2025, N° 2204032) que :

*« Par son article 5, le règlement local de publicité de Lanester interdit notamment les publicités et préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol et les publicités et préenseignes apposées sur clôture. Pour les mêmes motifs que ceux énoncés au point 7, s'agissant en particulier de l'interdiction des supports scellés au sol dans le cadre d'une zone unique qui couvre l'ensemble de l'agglomération de Lanester, zones d'activité comprises, une telle interdiction, qui, de surcroît, ne concerne pas exclusivement la publicité numérique, est manifestement disproportionnée aux seuls enjeux identifiés par le rapport de présentation en termes de densité et de format de ce type de publicités. Dès lors qu'elle a pour effet d'interdire la quasi-totalité de l'offre qui pouvait jusqu'ici être proposée dans les zones d'activité de la commune, sans que la publicité murale soit une alternative crédible dans ce type de zones, cette interdiction porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie. Par ailleurs, ainsi que l'a relevé le commissaire enquêteur, cette interdiction, en l'absence d'augmentation significative de l'affichage mural, et à défaut pour les autres modes de publicité autorisés sur le domaine public de comporter des grands formats lisibles par les conducteurs automobiles, porte également une atteinte disproportionnée à la liberté d'expression. Pour l'ensemble de ces motifs, les sociétés requérantes sont également fondées à soutenir que l'article 5 du règlement local de publicité est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation. »*

Ces jurisprudences confirment de nouveau le caractère manifestement excessif de la future réglementation de la commune de La Gacilly ainsi qu'une éventuelle censure de la part des juridictions administratives, le cas échéant.

**Pour toutes ces raisons, le projet de règlement se doit d'autoriser la publicité murale sur domaine privé, sous un format de 4,70 m2, encadrement compris.**

En effet, la réglementation nationale autorise sur ce territoire la publicité murale avec un format de 4,70 m2. Le code de l'environnement opère une distinction entre les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine

de plus de 100 000 habitants (format limité à 4,70 m<sup>2</sup>) et les agglomérations de plus ou moins 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (10,50 m<sup>2</sup> maximum).

**Dans ces conditions, nous demandons d'autoriser à *minima* la publicité murale en ZP2 :**

- **Surface de 4.70 m<sup>2</sup>**
- **Un dispositif publicitaire mural par unité foncière**
- **Aspect extérieur**

L'article 3 « *Aspect extérieur* » dispose que :

*3.2. Les publicités, préenseignes, ou enseignes doivent s'intégrer à leur environnement en respectant les principes suivants :*

*•Le dispositif doit être adapté à son environnement, en prenant en compte le contexte local.*

*•Les dimensions et proportions du dispositif doivent être appropriées pour s'harmoniser avec le site.*

*•Les couleurs, matériaux, aspects et finitions du dispositif doivent être choisis de manière à se fondre dans le paysage et à respecter l'esthétique des lieux.*

*3.3. Pour chaque dispositif, le choix des matériaux doit être le fruit d'une réflexion approfondie. Cette réflexion doit prendre en compte la qualité du paysage, de l'architecture et de l'environnement du lieu dans lequel le dispositif sera installé. L'objectif est de veiller à une insertion optimale du dispositif, quelle que soit la nature du contexte d'implantation. Il s'agit de choisir des matériaux qui s'harmonisent avec l'esthétique environnante et contribuent à préserver la cohérence du lieu.*

*3.4. Lorsque plusieurs dispositifs sont installés sur une même unité foncière, ils doivent présenter une cohérence d'ensemble dans leur présentation et leur installation. Cela signifie que les matériaux, les couleurs, les dimensions, et le dessin des dispositifs et des supports doivent être coordonnés pour créer une harmonie visuelle.*

*3.5. Les teintes choisies ne doivent en aucun cas être agressives. Les couleurs sélectionnées doivent contribuer à maintenir une esthétique harmonieuse et à ne pas causer de perturbations visuelles.*

*3.6. L'autorité administrative se réserve le droit de proposer des solutions alternatives si une teinte est jugée trop criarde ou agressive. Cela peut impliquer la recommandation de couleurs plus douces ou adaptées à l'environnement. A titre d'exemples non exhaustifs, des couleurs comme le vert fluo, le jaune fluo, le rose magenta, l'orange vif, et le rouge vif sont considérés comme agressifs et inappropriés. Il est fortement conseillé de s'inspirer des recommandations de la Charte d'Aménagement des Devantures Commerciales proposée par la municipalité de La Gacilly.*

Ces différentes obligations sont beaucoup trop générales et peuvent entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, elles impliquent une appréciation subjective et ne reposent pas sur des éléments précis et tangibles. Le projet de règlement ne précise pas non plus les modalités pratiques de contrôle du respect de cette obligation.

En outre, de telles obligations sont difficile à définir et peuvent se heurter à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la loi tel qu'appliqué par les juridictions administratives aux RLP (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N° 17PA23182).

Enfin, l'obligation de couleurs douces ou adaptées à l'encadrement applicable à l'encadrement des dispositifs publicitaires est contraire à l'identité visuelle des sociétés d'affichage, lesquelles utilisent leurs propres standards.

**Pour toutes ces raisons, nous préconisons de supprimer ces différentes obligations.**

- **Entretien**

L'article 5 « Entretien » du projet de règlement énonce que :

*5.1. Chaque intervention sur une installation publicitaire doit inclure une vérification complète, le remplacement des pièces défectueuses, le nettoyage du matériel et de ses environs. Les parties défailtantes des dispositifs lumineux doivent être réparées ou remplacées sans délai pour assurer leur bon fonctionnement.*

*5.2. Les dispositifs dotés d'un moteur électrique nécessitent des systèmes de rotation en parfait état, avec des niveaux de bruit conformes aux règles définies dans le décret n° 2006-1099 du 31 août 2006 relatif à la lutte contre les nuisances sonores, conformément au Code de la santé publique.*

*5.3. Lorsque des dispositifs publicitaires, d'enseignes ou préenseignes sont déposés, aucune trace des anciens montages ne doit être laissée apparente. Cela peut impliquer la suppression d'ancrages et de systèmes d'alimentation, la correction de la peinture, et la réparation du revêtement. Cette disposition vise à préserver l'esthétique des lieux.*

*5.4. En cas de cessation d'activité de l'entreprise signalée par une enseigne, préenseigne ou une publicité, la personne exerçant cette activité doit supprimer l'ensemble des dispositifs afférents et remettre les lieux en état dans les trois mois suivant la cessation de l'activité, sauf si l'enseigne présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque, auquel cas elle peut être préservée.*

L'article R.581-24 du code de l'environnement dispose que :

*« Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent. »*

Or, les dispositions de l'article 5 reproduites ci-dessus vont bien au-delà de ce qui est imposé par le code de l'environnement. De plus, chaque société d'affichage définit ses

propres standards en matière d'entretien des dispositifs publicitaires.

**C'est pourquoi nous préconisons de supprimer ces dispositions et de s'en tenir au règlement national de publicité (RNP) issu du code de l'environnement.**

- **Passerelles de sécurité**

L'article 6.1 « Accessoires » du projet de règlement énonce que :

*« Les dispositifs permanents utiles à l'entretien des dispositifs ou l'encollage des publicités, telles que les passerelles facilitant la pose d'affiches, sont interdits lorsqu'ils sont visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique. Dans ce cas, ces accessoires doivent être amovibles et retirés lorsqu'ils ne sont pas utilisés, pour maintenir l'aspect esthétique de l'environnement urbain. »*

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs ».

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R. 4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Dans ces conditions et afin de tenir compte des impératifs en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous proposons de modifier l'article 6.1 comme suit :

*« Les dispositifs facilitant la pose des affiches (passerelle, échelle, etc.) devront obligatoirement être amovibles ou rabattables. Lorsqu'ils sont intégralement repliables ils doivent demeurer pliés en l'absence des personnes chargées de les utiliser. »*

- **Dispositions applicables aux préenseignes**

Il est à noter que les préenseignes suivent le régime de la publicité (article L.581-19 du code de l'environnement).

Nous relevons que l'article 3 « Dispositions applicables aux préenseignes » du projet de règlement dispose que :

*3.1. À l'exception des supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain, tous types de préenseignes sont interdits au sein des zones délimitées ZP3 et ZP4 du présent règlement.*

*3.2. En zone ZP1, seules les préenseignes liées aux activités de restauration (de type chevalet, pupitre ou porte menu) ou aux activités pour lesquelles les locaux sont non visibles depuis l'espace public (P.ex. locaux en retrait, sous porche, etc.) sont autorisées. Elles peuvent être admises sur le domaine public, sous réserve d'avoir fait l'objet d'une autorisation préalable et d'être situées à proximité immédiate des*

*établissements qu'elles renseignent. Dans ce cas, elles sont limitées à une unité par établissement et ne doivent pas être installées à perpétuelle demeure.*

*3.3. En zone ZP2, les préenseignes peuvent être admises sur le domaine public, sous réserve d'avoir fait l'objet d'une autorisation préalable et qu'elles soient implantées sur des points de regroupement spécialement prévus à cet effet.*

Cet article vise notamment les chevalets installés par les commerçants, qui sont essentiellement assimilés à des dispositifs publicitaires ou des dispositifs de type enseignes situés sur le domaine public.

**Il conviendra de clarifier le régime des différents dispositifs visés par l'article 3 du projet de règlement et d'aligner le régime des préenseignes sur celui des dispositifs publicitaires.**

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.

#### **E4 – Mr. A. GILLE, Directeur Patrimoine AFFIOUEST**

Vous trouverez en pièce jointe la contribution de la société Affiouest quant à l'élaboration de ce RLP. Nous regrettons l'absence de concertation et l'interdiction totale de toute publicité extérieure sur le domaine privé.

Ces éléments nous paraissent particulièrement importants et remettent en cause la légalité de ce texte.

La publicité par Affichage extérieur est le seul média réglementé par le ministère de l'Environnement. La volonté de La Gacilly est la préservation du cadre de vie, selon le document présenté pour l'enquête publique.

La réglementation actuelle comprend la Loi dite ENE (2010 décrétee en 2012) complétée par la loi Climat & Résilience de l'été 2021 et les décrets du 30 octobre 2023 mettant fin au 4x3, ainsi que celui du 29 décembre 2023 concernant la police de l'affichage et le mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Ces textes définissent très clairement un cadre pour l'activité affichage extérieur. A leur application nous avons tous constaté dans nos villes la dépose de nombreux panneaux. Ceux existants aujourd'hui sont donc en conformité, il était du pouvoir des préfets voire des maires de veiller à cela.

Aujourd'hui cette activité se déroule donc en harmonie avec les milieux urbains et la réglementation. Cela représente plusieurs emplois sur l'agglomération.

Des engagements sont pris en termes d'efficience environnementale : labellisation RSE, papier issu de forêts FSC, encres végétales, ...

Voici donc une activité intégrée répondant aux attentes environnementales voire les devançant en mettant à disposition des annonceurs un outil permettant de mesurer

l'empreinte carbone d'une campagne pour la compenser. A ce titre c'est le seul média proposant cet outil.

Restreindre l'affichage extérieur sur le domaine privé (à l'application du RLP 100% de nos panneaux 4m2 ne seront plus en conformité) laissera le champ libre au seul autre média de ciblage local : internet et les applications mobiles, et à l'affichage sauvage.

Sont-ils aussi soucieux de l'impact environnemental, nécessitant l'utilisation d'écrans (ordinateur, tablette, smartphone, ...), de serveurs pour héberger ces publicités (la question se pose sur leurs localisations, consommation énergétique, pouvoir calorifique, ...) aux impacts à court, moyen et long termes importants sur le climat...

La publicité extérieure est 6 fois moins énergivore que celle digitale...

D'une activité respectueuse et engagée vers la neutralité carbone, allons-nous subir de nouveaux impacts ravageurs sur le climat ? Posons-nous les questions également des consommations énergétiques à l'heure où les crises environnementales et internationales nous rappellent l'importance de l'efficacité de nos actes. Il est essentiel de ne pas permettre une surconsommation programmée.

Pourquoi la restriction touche-t-elle uniquement le domaine privé en autorisant la publicité sur mobilier urbain en ZP1 et ZP2 ?

Ces implantations publiques ne risquent-elles pas de créer une distorsion de concurrence ? L'opérateur ayant la délégation de service public va se retrouver en position monopolistique. Ceci est contraire à l'article 420-1 et 420-2 du Code de Commerce.

Nous sommes en accord pour remettre à plat l'implantation géographiques des panneaux d'affichage.

Nous demandons la réintégration de la publicité sur le domaine privé.

Nous proposons également de garder le format autorisé par le code de l'environnement sur les communes de moins de 10 000 habitants (soit 4.70m2).

Les entreprises locales des vallées de l'Aff et de l'Oust subissent la hausse du coût de l'énergie, la hausse du coût des matières premières, les tensions sur leurs marchés, ... Elles ont besoin de communiquer pour se maintenir.

En plus des conséquences directes et instantanées pour les afficheurs et leurs sous-traitants, c'est tout le bassin économique qui serait impacté à moyen terme.

Est-ce la volonté de ce règlement ?

Nous attirons votre attention sur le retour d'expérience des récents RLP approuvés dans le grand ouest, à l'exemple de Rennes Métropole, approuvé le 30/6/2022 et mis en conformité en 2024. Nous voyons depuis un accroissement de l'affichage sauvage.

C'est la preuve que trop de restrictions entraîne de nombreuses dégradations à l'inverse de l'effet visuel souhaité.

Nous demandons une écoute effective de nos paroles et des réponses à ces questions afin de construire ensemble un mieux vivre en intelligence et attirons votre attention sur le manque de concertation (pourtant obligatoire) lors de l'élaboration de ce RLP.

#### E5 – Mr. V. GOURDON, Directeur Régional Bretagne JC DECAUX

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du RLP de la Gacilly. Ayant pu prendre connaissance du projet de RLP arrêté le 16 octobre 2025, nous tenons à vous faire part de l'importance de maintenir un traitement spécifique du mobilier urbain publicitaire au sein du futur règlement.

En effet, conformément aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, cinq types de mobiliers urbains sont susceptibles de pouvoir recevoir de la publicité en agglomération (abris-voyageurs, kiosques à journaux ou à usage commercial, colonnes et mâts porte-affiches, mobiliers d'informations).

Traité de manière spécifique par le Code de l'environnement (sous-section dédiée à l'« *utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire* »), le **mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire »** (c'est-à-dire, un dispositif principalement, voire exclusivement, dédié à de la publicité commerciale).

**Support de publicité qu'« à titre accessoire »** (article R.581-42 du Code de l'environnement), le mobilier urbain a pour fonction principale de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers (*abris voyageurs et service public des transports - article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, mobiliers d'informations et service public de l'information - Conseil d'Etat 10 juillet 1996 « Coisne », requête n°140606*). Cette spécificité a d'ailleurs été rappelée par les juges qui considèrent que « le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, et **a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés** » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° 19NC02575, plus récemment TA Orléans 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Rennes, 13 avril 2023, requête n°2003094).

Le mobilier urbain ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens. Ce sont les recettes publicitaires du mobilier urbain qui permettent de financer le modèle (installation, entretien, maintenance des mobiliers urbains dans toutes leurs diversités et tout au long du contrat) et les services qui lui sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques ...), le tout participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

En outre et contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public est **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** :

- par **contrat public** qui définit notamment le nombre, le type, la technologie, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation ;

- au titre des **autorisations d'occupation du domaine public** afférentes qui permettent à la collectivité concernée de valider au cas par cas les implantations ;

- par le biais des **formulaires d'autorisations préalables de publicité** prévus par le Code de l'environnement pour les implantations de mobiliers urbains numériques (CERFA n° 14798\*01);

- dans les périmètres protégés (notamment sites patrimoniaux remarquables, périmètres délimités et abords des monuments historiques) à l'appui des **déclarations préalables de travaux** prévues par le Code de l'urbanisme (CERFA n° 13404\*10) qui sollicitent l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, **toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante**. En effet, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine conserve à tout moment la possibilité de refuser une implantation sur son territoire, et ce même s'il l'autorise au départ.

**Nous adhérons donc à la démarche de la collectivité de ne pas figer au RLP des dispositions qui limiteraient les possibilités d'exploiter du mobilier urbain sur le territoire. De telles dispositions pourraient avoir pour conséquence immédiate de réduire le financement du mobilier urbain par la publicité et donc, de restreindre les services pouvant être offerts à la collectivité et ses usagers.**

A toutes fins utiles, nous souhaiterions attirer votre attention sur l'article 3.1 du projet de RLP :

*« Une autorisation pour un dispositif publicitaire, une enseigne ou une préenseigne peut être refusée ou subordonnée à des prescriptions spéciales si l'aspect extérieur du dispositif, sa situation, ses dimensions ou ses matériaux sont susceptibles de porter atteinte au caractère, à l'intérêt des lieux avoisinants, aux sites, aux paysages naturels ou urbains, ainsi qu'à la préservation de certaines perspectives visuelles paysagères et/ou monumentales »*

Pour rappel, le Guide pratique relatif à la publicité extérieure de février 2025 précise que « *pour fonder sa décision, l'autorité compétente doit s'assurer que l'enseigne ou la publicité dont l'installation est envisagée respecte les dispositions qui la concernent, qu'elles figurent dans le code de l'environnement ou, le cas échéant, dans le RLP* » (§ 230, page 127). De plus, seuls certains dispositifs publicitaires sont soumis à l'autorisation préalable du maire (article L. 581-9 du code de l'environnement). Nous proposons donc d'apporter une clarification de cette disposition du RLP.

Dans ce cadre, nous préconisons **de tenir compte de ces prescriptions au sein du futur RLP.**

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente, Nous vous prions de recevoir, Madame le Maire, nos salutations distinguées

Vous avez la possibilité de m'apporter tout élément que vous souhaiteriez en réponse à ces observations.

## 2 – Avis des Personnes Publiques Associées :

Dans le cadre de la consultation, les avis ont été formulés par les Personnes Publiques Associées. Ils sont repris ci-après en synthèse.

### Mairie de CARENTOIR :

Avis du 29 Octobre 2025 reçu en mairie le 03 Novembre 2025 :

Pas d'observation sur le projet de RLP, la commune de Carentoir n'étant pas concernée de façon directe.

### Mairie de BAINS-SUR-OUST

Extrait du registre des délibérations du conseil municipal du 18 Décembre 2025, publié le 12 Janvier 2026 :

Avis favorable, sans remarque particulière ni observation.

### Communauté de communes DE L'OUST A BROCELIANDE

Délibération du Conseil Communautaire du 27 Novembre 2025, publiée le 04 Décembre 2025 :

Proposition adoptée

## 3 – Mes questions à l'autorité organisatrice :

Au regard des observations émises par le public et de mes propres analyses, je vous soumets ici plusieurs interrogations :

### 1-Phase consultative :

Dans le diagnostic réalisé pour l'élaboration du RLP de La Gacilly, vous présentez dans les éléments de contexte, une appréciation des enjeux liés aux enseignes et devantures par les entrepreneurs locaux (P. 46 et 47). Cette appréciation fait suite à

un atelier de médiation « sur les enseignes et devantures », dans le cadre de l'élaboration du RLP, auquel ont participé 6 entrepreneurs.

Dans l'extrait de délibérations du Conseil Municipal du 16 Octobre 2025 (N° 2025-10-16-08), arrêtant le projet de RLP, vous précisez avant délibération :

*Considérant que le projet a été présenté aux commerçants de la commune lors d'une réunion d'information le 29 Novembre 2023, permettant de recueillir leurs observations ;*

*Considérant qu'en dehors de cette présentation, aucune concertation publique n'a été organisée à ce stade de la procédure.*

Et dans le prolongement de l'observation E2 de Mr DOUMERC, représentant l'UCE, sur l'absence du compte rendu de la réunion de la CNDPS,

**Pourriez-vous m'indiquer dès lors, l'ensemble des modalités de concertation de sa prescription à son bilan, ainsi que les délibérations qui y sont rattachées ?**

## **2-Etat des lieux :**

Dans le diagnostic, un état des lieux a été réalisé sur l'ensemble de la commune pour les devantures, les enseignes, les publicités et préenseignes.

Cette présentation exhaustive a établi une cartographie au regard du Règlement National de Publicité (RNP) et d'intégration paysagère.

**Pourriez-vous m'indiquer, les modalités de réalisation de l'état des lieux ainsi que la grille de catégorisation de l'intégration paysagère ?**

## **3-Aspect extérieur :**

Dans l'article 3 : Aspect extérieur du projet de RLP, vous faites régulièrement référence au choix de la couleur des dispositifs publicitaires, enseignes ou préenseignes. Vous désignez même des couleurs inappropriés et conseillez de s'inspirer des recommandations de la Charte d'Aménagement des Devantures Commerciales proposée par la municipalité de La Gacilly.

Cet article fait aussi l'objet d'une demande de suppression presque intégrale par l'UCE dans l'observation E3.

La Charte d'aménagement des Devantures Commerciales jointe au projet de RLP est un guide et propose (P. 18) un nuancier pour les menuiseries et portes et ferronneries).

**Pourriez vous m'expliquer les obligations liées à cette charte et sa portée réglementaire ?**

Je vous rappelle que vous disposez d'un délai de 15 jours à compter de la remise de ce procès-verbal pour me transmettre votre mémoire en réponse

Procès-verbal remis contre signature le 23/06/2026

Fait en 2 exemplaires

Pierre Gos  
Commissaire enquêteur

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized loop with a vertical line through it and a horizontal line across the middle.

Pour le Maire de La Gacilly  
Sabrina BRUNO  
Responsable  
Urbanisme



# **Commune de La Gacilly**

## **Révision du Règlement Local de Publicité**

**Enquête publique du 26/05/2026 au 15/06/2026**

### **Réponses apportées par la municipalité aux contributions publiques**

**02/07/2026**

#### **1. Contribution publique n° 1 – Mail 01/M. A. Besnard, AFDSB La Gacilly et ses environs**

##### **Synthèse de l'observation :**

L'association indique que l'Établissement Français du Sang organise cinq collectes annuelles à La Gacilly. Afin d'informer la population, l'AFDSB installe temporairement plusieurs banderoles dans l'espace public communal, notamment sur des ronds-points. Elle souhaite savoir si ces dispositifs seront concernés par le futur Règlement Local de Publicité.

##### **Analyse réglementaire :**

Cette contribution ne constitue pas une demande de modification du projet de RLP, mais une demande d'éclaircissement sur le champ d'application du règlement.

En droit, les banderoles annonçant une manifestation ponctuelle peuvent relever du régime des dispositifs temporaires au sens du Code de l'environnement.

Le règlement du RLP rappelle que les dispositifs temporaires signalent notamment des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.

Par ailleurs, le règlement précise que les dispositifs liés à l'affichage d'opinion et à la communication des activités associatives sans but lucratif ne relèvent pas du même régime que la publicité commerciale et que les emplacements correspondants sont déterminés par arrêté municipal.

L'activité évoquée par l'AFDSB présente un caractère :

- *associatif* ;
- *non lucratif* ;
- *d'intérêt général en matière de santé publique*.

En outre, les banderoles mentionnées sont installées de façon temporaire afin d'annoncer des collectes de sang ponctuelles.

Il convient toutefois de rappeler que l'implantation de dispositifs sur le domaine public communal demeure soumise à l'autorisation préalable du gestionnaire du domaine concerné, indépendamment des dispositions du RLP.

##### **Analyse au regard des objectifs du RLP :**

Le projet de RLP vise principalement à encadrer :

- *la publicité commerciale* ;
- *les enseignes* ;
- *les préenseignes* ;

- *les dispositifs susceptibles de porter atteinte à la qualité paysagère et au cadre de vie.*

Les opérations de communication liées au don du sang ne remettent pas en cause ces objectifs et participent à une mission d'intérêt général.

La contribution ne met donc pas en évidence de difficulté particulière dans le projet de règlement.

**Proposition de réponse de la commune :**

L'association interroge la commune sur l'application du futur Règlement Local de Publicité aux banderoles temporaires utilisées pour annoncer les collectes de sang organisées à La Gacilly.

Le projet de RLP a principalement vocation à encadrer la publicité extérieure, les enseignes et les préenseignes commerciales. Les actions de communication mises en œuvre par l'Association Française pour le Don de Sang Bénévole relèvent d'une activité associative à but non lucratif et d'intérêt général.

Les dispositifs temporaires annonçant les collectes de sang ne sont pas spécifiquement remis en cause par le projet de règlement. Leur installation demeure toutefois soumise aux autorisations éventuellement requises pour l'occupation du domaine public et doit respecter les règles générales de sécurité routière et de gestion du domaine public.

La commune considère par conséquent que cette observation n'appelle pas de modification du projet de RLP.

## **2. Contribution publique n° 2 – Mail 02/M. Charles-Henri DOUMERC, UCE**

La municipalité prend acte de l'observation formulée par l'Union de la Communication Extérieure (UCE).

L'UCE indique que certaines pièces de procédure ne lui apparaissent pas identifiées dans le dossier d'enquête publique, s'interroge sur les modalités de concertation mises en œuvre auprès des professionnels de l'affichage et estime que le projet de RLP tendrait à interdire la publicité sur domaine privé.

La municipalité rappelle que le projet de RLP a été élaboré parallèlement à l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme et a fait l'objet de plusieurs phases de concertation entre 2021 et 2023, toutes ouvertes au public et communiquées par voie de presse et sur le site internet de la commune. Une réunion spécifique intitulée « Élaboration du RLP – Participation des entrepreneurs concernés – Atelier concertation Enseignes et devantures » a notamment été organisée le 13 octobre 2023 afin d'échanger avec les acteurs économiques concernés.

Les Personnes Publiques Associées ont par ailleurs été consultées conformément aux dispositions applicables à la procédure d'élaboration d'un RLP.

À la suite de l'observation formulée par l'UCE et après vérification des pièces de procédure, la municipalité constate que la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) n'a effectivement pas été consultée dans le cadre de l'élaboration du présent projet de Règlement Local de Publicité.

La municipalité prend acte de cette observation.

Conformément aux dispositions de l'article L.581-14-1 du Code de l'environnement, le projet de règlement arrêté doit être soumis pour avis à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites préalablement à l'enquête publique.

La municipalité procédera en conséquence à cette consultation avant toute approbation du RLP et examinera les suites procédurales qu'il conviendra de mettre en œuvre au regard de cet avis.

S'agissant du contenu du projet, la municipalité rappelle que le RLP est élaboré en application des articles L.581-14 et suivants du Code de l'environnement et qu'il a pour objet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques locales du territoire afin de préserver le cadre de vie, les paysages, le patrimoine bâti et l'identité touristique de la commune.

Le règlement ne remet pas en cause la liberté d'expression reconnue par l'article L.581-1 du Code de l'environnement ni la liberté de communication des pensées et des opinions garantie par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen. Il encadre uniquement les conditions d'implantation des dispositifs visibles depuis l'espace public conformément aux possibilités offertes par la loi.

Toutefois, à la suite des observations formulées par l'UCE dans le cadre de la présente enquête publique, la municipalité a réexaminé les dispositions applicables à la publicité murale dans les secteurs d'activités économiques. Afin de renforcer la proportionnalité du dispositif réglementaire, il est proposé d'autoriser en zone ZP2 les publicités murales d'une surface maximale de 4,70 m<sup>2</sup> dans des conditions strictement encadrées par le règlement.

Par ailleurs, plusieurs adaptations rédactionnelles du projet sont proposées en réponse à la contribution n° 3 de l'UCE suivante afin d'améliorer la lisibilité et la sécurité juridique de certaines dispositions du règlement relatives à l'entretien des dispositifs, aux équipements de maintenance et à l'articulation des règles applicables aux préenseignes.

La municipalité considère ainsi que l'observation formulée a été prise en considération dans le cadre de l'analyse détaillée des contributions de l'enquête publique et a conduit à réexaminer certaines dispositions du projet sans remettre en cause les objectifs généraux poursuivis par le RLP.

### **3. Contribution publique n° 3 – Mail 03/M. Charles-Henri DOUMERC, UCE**

La municipalité prend acte des observations formulées par l'Union de la Communication Extérieure (UCE) dans le cadre de l'enquête publique relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité de La Gacilly et l'en remercie.

Les observations portent principalement sur la procédure d'élaboration du document, les dispositions applicables à la publicité murale, certaines prescriptions qualitatives du règlement ainsi que plusieurs dispositions techniques relatives aux dispositifs publicitaires.

La municipalité rappelle en préambule que le projet de RLP a été élaboré afin de répondre aux objectifs définis à l'article L.581-14 du Code de l'environnement, consistant à adapter la réglementation nationale aux caractéristiques locales du territoire tout en conciliant la protection du cadre de vie, du patrimoine, des paysages et l'exercice des activités économiques.

Le projet s'inscrit dans un contexte territorial particulier caractérisé par une forte identité patrimoniale, paysagère et touristique. Il s'inscrit également dans la continuité des orientations historiquement portées par la commune de La Gacilly, qui disposait déjà d'un règlement local de publicité sur son territoire avant la création de la commune nouvelle.

#### **3.1. Sur la concertation et le contenu du dossier d'enquête publique :**

L'UCE estime que les professionnels de l'affichage n'auraient pas été suffisamment associés à l'élaboration du projet et relève l'absence de certaines pièces dans le dossier d'enquête publique.

La municipalité rappelle que le projet de RLP a été élaboré parallèlement à l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme et a fait l'objet de plusieurs phases de concertation entre 2021 et 2023, toutes ouvertes au public et communiquées par voie de presse et sur le site internet de la commune. Une réunion spécifique intitulée « Élaboration du RLP – Participation des entrepreneurs concernés – Atelier concertation Enseignes et devantures » a notamment été organisée le 13 octobre 2023 afin d'échanger avec les acteurs économiques concernés.

Les observations formulées par les commerçants, artisans et entrepreneurs ont contribué à l'élaboration du projet, ainsi qu'à la charte sur les devantures commerciales et les enseignes annexée au règlement de RLP.

Par ailleurs, les Personnes Publiques Associées ont été consultées conformément à la procédure applicable.

À la suite de l'observation formulée par l'UCE et après vérification des pièces de procédure, la municipalité constate que la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) n'a effectivement pas été consultée dans le cadre de l'élaboration du présent projet de Règlement Local de Publicité.

La municipalité prend acte de cette observation.

Conformément aux dispositions de l'article L.581-14-1 du Code de l'environnement, le projet de règlement arrêté doit être soumis pour avis à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites préalablement à l'enquête publique.

La municipalité procédera en conséquence à cette consultation avant toute approbation du RLP et examinera les suites procédurales qu'il conviendra de mettre en œuvre au regard de cet avis.

#### **3.2. Publicité murale sur domaine privé**

L'UCE considère que le projet porterait une atteinte excessive à la liberté d'affichage et à la liberté d'expression en interdisant la publicité murale sur domaine privé.

La municipalité ne partage pas cette analyse.

L'article L.581-1 du Code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées par le moyen de la publicité, des enseignes et des préenseignes « conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre ».

Le législateur a donc lui-même prévu que l'exercice de cette faculté puisse être encadré par des dispositions législatives et réglementaires destinées à assurer notamment la protection du cadre de vie.

De même, l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen garantit la libre communication des pensées et des opinions, mais prévoit également que l'exercice de cette liberté s'effectue dans les limites déterminées par la loi.

Le Règlement Local de Publicité n'a ni pour objet ni pour effet de contrôler les idées, opinions ou informations diffusées. Il encadre uniquement les conditions d'implantation de certains dispositifs visibles depuis l'espace public, conformément aux dispositions du Code de l'environnement.

La liberté d'expression ne se confond donc pas avec la liberté d'implanter librement tout support publicitaire sur le territoire communal.

En outre, le projet de RLP s'inscrit dans les objectifs poursuivis depuis plusieurs décennies par la commune de La Gacilly en matière de préservation du cadre de vie, de mise en valeur du patrimoine bâti, de qualité paysagère et d'attractivité touristique.

Toutefois, afin de tenir compte de l'observation formulée au cours de l'enquête publique et de renforcer la proportionnalité des dispositions applicables aux secteurs d'activités comme demandé, la commune envisage de faire évoluer le règlement en autorisant la publicité murale en zone ZP2.

Cette autorisation serait limitée aux dispositifs muraux d'une surface maximale de 4,70 m<sup>2</sup>.

L'article 1 du titre II serait ainsi être amendé afin de maintenir les interdictions applicables en zones ZP1, ZP3 et ZP4 tout en autorisant, en ZP2, les publicités murales de 4,70 m<sup>2</sup> maximum :

*1.1. Tous types de publicité sont interdits dans les zones délimitées ZP3 et ZP4 du présent règlement, y compris celles installées à titre accessoire sur du mobilier urbain, à l'exception des actions de sponsoring au sein des équipements sportifs contenus dans la zone ZP3.*

*1.2. À l'exception des supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain, ou sur des installations prévues par la collectivité en des endroits précis, et des publicités liées aux activités des vitrines sur lesquelles elles peuvent être apposées, tous types de publicité sont également interdits dans les zones délimitées ZP1 du présent règlement.*

*1.3. En plus des supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain, ou sur des installations prévues par la collectivité en des endroits précis, et des publicités liées aux activités des vitrines sur lesquelles elles peuvent être apposées, les dispositifs muraux d'une superficie maximale de 4,70 m<sup>2</sup> sont autorisés dans les zones délimitées ZP2 du présent règlement.*

~~*1.1. Tous types de publicité sont interdits dans les zones délimitées ZP3 et ZP4 du présent règlement, y compris celles installées à titre accessoire sur du mobilier urbain, à l'exception des actions de sponsoring au sein des équipements sportifs contenus dans la zone ZP3.*~~

~~*1.1.1. Tous types de publicité sont interdits dans les zones délimitées ZP3 et ZP4 du présent règlement, à l'exception des actions de sponsoring au sein des équipements sportifs contenus dans la zone ZP3.*~~

~~*1.2. À l'exception des supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain et des publicités liées aux activités des vitrines sur lesquelles elles peuvent être apposées, tous types de publicité sont également interdits dans les zones délimitées ZP1 et ZP2 du présent règlement.*~~

~~*1.1.2. À l'exception des publicités installées à titre accessoire sur le mobilier urbain, des installations prévues par la collectivité en des emplacements spécifiquement destinés à cet*~~

*effet, ainsi que des publicités liées aux activités des vitrines sur lesquelles elles sont apposées, tous types de publicité sont interdits dans la zone ZP1.*

*II.1.3. En plus des dispositifs mentionnés à l'article II.1.2, les dispositifs publicitaires muraux d'une superficie maximale de 4,70 m<sup>2</sup> sont autorisés dans la zone ZP2.*

Ces évolutions demeurent compatibles avec les objectifs généraux du RLP dans la mesure où les secteurs concernés correspondent principalement à des espaces d'activités économiques déjà marqués par la présence de bâtiments artisanaux, industriels ou d'équipements publics dont les caractéristiques urbaines et paysagères diffèrent sensiblement de celles des centres anciens, des secteurs résidentiels et des espaces naturels ou agricoles. Ces secteurs présentent en effet des enjeux de préservation du paysage, du patrimoine et du cadre de vie moins prégnants que ceux identifiés dans les zones ZP1, ZP3 et ZP4. D'autre part, elle permet de concilier les objectifs de protection du cadre de vie poursuivis par le RLP avec les besoins de visibilité des activités économiques implantées dans les secteurs d'activités de la commune.

### **3.3. Sur les prescriptions relatives à l'aspect extérieur des dispositifs**

L'UCE sollicite la suppression des prescriptions relatives à l'intégration paysagère, aux matériaux, aux teintes et aux couleurs prévues à l'article 3 du titre I du projet de règlement de RLP.

La commune considère que ces prescriptions participent directement à la qualité architecturale et paysagère recherchée par le règlement. À noter qu'elles sont par ailleurs relayées dans la charte sur les devantures commerciales et les enseignes annexée au présent dossier de RLP et qui constitue un guide de bonnes pratiques non opposable.

Les dispositions de l'article 3 s'appliquent aux publicités, aux préenseignes et aux enseignes en tant que supports matériels. Elles n'ont bien entendu pas vocation à réglementer le contenu des messages diffusés ni les visuels publicitaires eux-mêmes.

Toutefois, afin de renforcer la sécurité juridique du document, certaines formulations pourront néanmoins être réexaminées afin de limiter les appréciations subjectives et de préciser que les prescriptions relatives aux teintes, matériaux, harmonisations ou finitions concernent exclusivement les dispositifs supports et non le contenu des affiches ou publicités.

En conséquence, l'article 3 du titre I pourra être amendé de la manière suivante :

~~3.1. Une autorisation pour un dispositif publicitaire, une enseigne ou une préenseigne peut être refusée ou subordonnée à des prescriptions spéciales si l'aspect extérieur du dispositif, sa situation, ses dimensions ou ses matériaux sont susceptibles de porter atteinte au caractère, à l'intérêt des lieux avoisinants, aux sites, aux paysages naturels ou urbains, ainsi qu'à la préservation de certaines perspectives visuelles paysagères et/ou monumentales.~~

*1.3.1. L'autorisation d'un dispositif publicitaire, d'une enseigne ou d'une préenseigne peut être refusée ou assortie de prescriptions particulières lorsque son aspect extérieur, son implantation, ses dimensions ou les matériaux qui le composent sont de nature à porter atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants, des sites, des paysages naturels ou urbains, ou à compromettre la préservation des perspectives paysagères ou monumentales. Les prescriptions du présent article ont pour objet de favoriser une insertion qualitative des dispositifs dans leur environnement afin de préserver la qualité du cadre de vie, les paysages et l'identité paysagère de la commune de La Gacilly.*

~~3.2. Les publicités, préenseignes, ou enseignes doivent s'intégrer à leur environnement en respectant les principes suivants :~~

- ~~• Le dispositif doit être adapté à son environnement, en prenant en compte le contexte local.~~

- ~~• Les dimensions et proportions du dispositif doivent être appropriées pour s'harmoniser avec le site.~~
- ~~• Les couleurs, matériaux, aspects et finitions du dispositif doivent être choisis de manière à se fondre dans le paysage et à respecter l'esthétique des lieux.~~

*1.3.2. Les prescriptions relatives aux matériaux, aux teintes, aux aspects et aux finitions concernent exclusivement les structures, encadrements, caissons, supports et dispositifs techniques des dispositifs. Elles ne s'appliquent ni aux messages, ni aux affiches, ni aux images, logos ou contenus diffusés.*

*Les publicités, préenseignes ou enseignes doivent s'intégrer à leur environnement en respectant les conditions suivantes :*

- Le dispositif est implanté et dimensionné de manière à préserver la perception des constructions, des espaces publics, des paysages ainsi que des éléments patrimoniaux qui l'entourent.*
- Les dimensions et proportions du dispositif sont adaptées aux caractéristiques du bâtiment ou du support sur lequel il est implanté afin de limiter son impact visuel sur l'environnement paysager.*
- Les matériaux, teintes et finitions des dispositifs sont choisis de manière à limiter leur impact visuel et à favoriser leur insertion dans l'environnement bâti et paysager.*

~~3.3. Pour chaque dispositif, le choix des matériaux doit être le fruit d'une réflexion approfondie. Cette réflexion doit prendre en compte la qualité du paysage, de l'architecture et de l'environnement du lieu dans lequel le dispositif sera installé. L'objectif est de veiller à une insertion optimale du dispositif, quelle que soit la nature du contexte d'implantation. Il s'agit de choisir des matériaux qui s'harmonisent avec l'esthétique environnante et contribuent à préserver la cohérence du lieu.~~

~~3.4. Lorsque plusieurs dispositifs sont installés sur une même unité foncière, ils doivent présenter une cohérence d'ensemble dans leur présentation et leur installation. Cela signifie que les matériaux, les couleurs, les dimensions, et le dessin des dispositifs et des supports doivent être coordonnés pour créer une harmonie visuelle.~~

*1.3.3. Lorsque plusieurs dispositifs publicitaires, d'enseignes ou de préenseignes sont implantés sur une même unité foncière, ils doivent présenter une cohérence d'ensemble dans leur implantation et leurs caractéristiques physiques.*

*Les structures, supports, encadrements, matériaux, teintes, dimensions et finitions des dispositifs doivent présenter des caractéristiques homogènes afin de limiter leur impact visuel et de favoriser leur insertion dans leur environnement.*

*Ces prescriptions ne s'appliquent pas aux messages, affiches, images, logos ou autres contenus diffusés.*

~~1.3.5. Les teintes choisies ne doivent en aucun cas être agressives. Les couleurs sélectionnées doivent contribuer à maintenir une esthétique harmonieuse et à ne pas causer de perturbations visuelles.~~

*1.3.4. Les teintes des structures, encadrements, caissons, supports et dispositifs techniques sont choisies dans des tonalités sobres, en cohérence avec les caractéristiques du bâtiment support et de son environnement bâti et paysager, afin de limiter leur impact visuel. Les teintes fluorescentes sont interdites.*

~~1.3.6. L'autorité administrative se réserve le droit de proposer des solutions alternatives si une teinte est jugée trop criarde ou agressive. Cela peut impliquer la recommandation de couleurs plus douces ou adaptées à l'environnement. À titre d'exemples non exhaustifs, des couleurs comme le vert fluo, le jaune fluo, le rose magenta, l'orange vif, et le rouge vif sont considérés comme agressifs et inappropriés. Il est fortement conseillé de s'inspirer des recommandations de la Charte d'Aménagement des Devantures Commerciales proposée par la municipalité de La Gacilly.~~

*1.3.5. Les recommandations figurant dans la Charte d'aménagement des devantures commerciales et des enseignes annexée au présent dossier constituent un guide de bonnes pratiques destiné à favoriser l'intégration des dispositifs dans leur environnement. Cette*

*charte est dépourvue de portée réglementaire et ne crée aucune obligation distincte de celles prévues par le présent règlement.*

### **3.4. Dispositions relatives à l'entretien des dispositifs**

L'UCE relève que plusieurs prescriptions relatives à l'entretien des dispositifs reprennent des obligations déjà prévues par le Code de l'environnement.

La commune prend acte de cette observation.

Les dispositions concernées ont été introduites afin de garantir le maintien en bon état des dispositifs implantés sur le territoire communal et de préserver durablement la qualité du cadre de vie, notamment compte tenu du constat relevé sur le territoire et présenté dans le diagnostic inclus dans le rapport de présentation.

Toutefois, la commune reconnaît que certaines prescriptions peuvent recouper des obligations déjà prévues par la réglementation nationale, notamment par les dispositions du Code de l'environnement relatives à l'entretien des dispositifs publicitaires. Afin d'améliorer la lisibilité du règlement et d'éviter toute redondance inutile avec les dispositions nationales applicables, il est proposé d'amender l'article 5 du titre I de la manière suivante :

~~5.1. — Chaque intervention sur une installation publicitaire doit inclure une vérification complète, le remplacement des pièces défectueuses, le nettoyage du matériel et de ses environs. Les parties défectueuses des dispositifs lumineux doivent être réparées ou remplacées sans délai pour assurer leur bon fonctionnement.~~

~~5.2. — Les dispositifs dotés d'un moteur électrique nécessitent des systèmes de rotation en parfait état, avec des niveaux de bruit conformes aux règles définies dans le décret n° 2006-1099 du 31 août 2006 relatif à la lutte contre les nuisances sonores, conformément au Code de la santé publique.~~

*1.5.1. Les publicités, les enseignes et les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou entreprises qui les exploitent ou par les personnes exerçant l'activité qu'ils signalent.*

*1.5.2. (sans changement) Lorsque des dispositifs publicitaires, d'enseignes ou préenseignes sont déposés, aucune trace des anciens montages ne doit être laissée apparente. Cela peut impliquer la suppression d'ancrages et de systèmes d'alimentation, la correction de la peinture, et la réparation du revêtement. Cette disposition vise à préserver l'esthétique des lieux.*

~~5.4. En cas de cessation d'activité de l'entreprise signalée par une enseigne, préenseigne ou une publicité, la personne exerçant cette activité doit supprimer l'ensemble des dispositifs afférents et remettre les lieux en état dans les trois mois suivant la cessation de l'activité, sauf si l'enseigne présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque, auquel cas elle peut être préservée.~~

*1.5.3. Conformément à l'article R.581-58 du Code de l'environnement, les enseignes sont supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois suivant la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elles présentent un intérêt historique, artistique ou pittoresque.*

Cette révision n'aura pas pour objet de réduire les exigences de qualité applicables aux dispositifs, mais d'assurer une meilleure articulation entre le règlement local et la réglementation nationale. Il importe également à la municipalité de rappeler dans le règlement les principales obligations d'entretien applicables aux dispositifs afin d'en faciliter la compréhension et la mise en œuvre par les exploitants.

### 3.5. Sur les dispositifs d'accès et de maintenance

L'UCE attire l'attention de la commune sur les dispositions relatives aux passerelles, échelles et équipements techniques nécessaires à la pose et au renouvellement des affiches.

La commune prend acte de cette observation.

Elle rappelle que l'objectif poursuivi par le règlement n'est pas de remettre en cause les prescriptions de sécurité imposées par le Code du travail ni les équipements nécessaires à l'exploitation des dispositifs publicitaires.

La commune partage néanmoins le constat selon lequel la rédaction actuelle de l'article 6.1 peut utilement être précisée afin de mieux concilier les exigences de sécurité des personnels et les objectifs d'intégration paysagère poursuivis par le règlement.

Afin de tenir compte de cette observation, la commune est favorable à une évolution de la rédaction de l'article 6.1 du titre I qui pourrait être reformulé conformément à la demande :

~~6.1. — Les dispositifs permanents utiles à l'entretien des dispositifs ou l'encollage des publicités, telles que les passerelles facilitant la pose d'affiches, sont interdits lorsqu'ils sont visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique. Dans ce cas, ces accessoires doivent être amovibles et retirés lorsqu'ils ne sont pas utilisés, pour maintenir l'aspect esthétique de l'environnement urbain.~~

*1.6.1. « Les dispositifs facilitant la pose des affiches (passerelles, échelles, etc.) doivent obligatoirement être amovibles ou rabattables. Lorsqu'ils sont intégralement repliables, ils doivent demeurer pliés en l'absence des personnes chargées de les utiliser. »*

Cette évolution permet de maintenir les objectifs de qualité paysagère poursuivis par le règlement tout en prenant en considération les contraintes techniques et les impératifs de sécurité applicables aux opérations de maintenance.

### 3.6. Sur le régime applicable aux préenseignes

L'UCE rappelle que les préenseignes sont soumises au régime juridique de la publicité conformément à l'article L.581-19 du Code de l'environnement.

La commune prend acte de cette observation.

Le règlement rappelle les définitions légales des publicités, enseignes et préenseignes conformément au Code de l'environnement.

Les dispositions applicables aux préenseignes ont notamment pour objet d'encadrer certains dispositifs de proximité, tels que les chevalets installés sur le domaine public afin de préserver la qualité des espaces publics et la lisibilité des centralités commerciales.

Toutefois, afin d'éviter toute ambiguïté rédactionnelle, la municipalité propose de clarifier la cohérence des dispositions relatives aux préenseignes avec celles applicables à la publicité.

Dans le préambule, la définition des préenseignes est amendée de la manière suivante :

L'article L.581-3 du code de l'environnement définit la préenseigne comme étant toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Par opposition à une enseigne, une préenseigne est implantée sur un immeuble bâti ou non bâti matériellement différent de celui où s'exerce l'activité qu'elle signale.

~~Les typologies des préenseignes abordées dans le présent règlement sont celles énoncées ci-avant pour les enseignes.~~

*Les chevalets, pupitres et porte-menus implantés indépendamment de l'immeuble où s'exerce l'activité et destinés à en signaler la proximité sont assimilés à des préenseignes pour l'application du présent règlement. Lorsqu'ils sont implantés sur le domaine public dans le cadre d'une autorisation régulière d'occupation de celui-ci, ils sont regardés comme des enseignes, conformément à la doctrine ministérielle.*

Cette clarification éventuelle n'a pas vocation à modifier les objectifs poursuivis par le règlement, mais à en améliorer la lisibilité et la sécurité juridique.

#### **4. Contribution publique n° 4 – Mail 04/M. Arnaud GILLE, AFFIOUEST**

La municipalité prend acte de l'observation formulée par la société Affiouest et l'en remercie.

La contribution porte principalement sur l'absence supposée de concertation avec les professionnels de l'affichage, l'interdiction de la publicité sur domaine privé, les conséquences économiques du projet ainsi que le risque de développement de l'affichage sauvage.

Concernant la concertation et l'encadrement de la publicité sur domaine privé, la municipalité renvoie aux éléments de réponse détaillés apportés à la contribution n° 3 de l'Union de la Communication Extérieure.

La municipalité rappelle notamment que le projet de RLP a fait l'objet de plusieurs phases de concertation organisées parallèlement à l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme, ainsi que d'une réunion spécifique consacrée aux enseignes et devantures commerciales.

S'agissant de l'impact de la publicité sur le cadre de vie, la municipalité rappelle que le RLP est élaboré en application des articles L.581-14 et suivants du Code de l'environnement afin d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques locales du territoire.

Le diagnostic du RLP met en évidence la forte sensibilité paysagère, patrimoniale et touristique de la commune de La Gacilly ainsi que la présence de nombreux dispositifs irréguliers ou non conformes observés sur le territoire. Ces constats justifient la mise en œuvre d'une réglementation locale visant à préserver durablement la qualité du cadre de vie et des paysages.

La municipalité prend acte des observations relatives aux évolutions des modes de communication et à la place croissante des supports numériques. Toutefois, le RLP ne peut réglementer que les dispositifs entrant dans le champ défini par le Code de l'environnement et visibles depuis l'espace public. Il n'a ni pour objet ni pour effet de réglementer les supports numériques individuels ou les usages privés des outils de communication.

Concernant le risque d'affichage sauvage évoqué par le contributeur, la municipalité rappelle que les dispositifs irréguliers sont soumis aux procédures de contrôle et de police prévues par le Code de l'environnement. Elle considère néanmoins qu'un équilibre doit être recherché entre les objectifs de protection paysagère et les besoins de communication des activités économiques.

Dans cet esprit et afin de renforcer la proportionnalité du règlement, la municipalité propose de faire évoluer le projet en autorisant les publicités murales de 4,70 m<sup>2</sup> maximum dans les zones ZP2 correspondant principalement aux secteurs d'activités artisanales, industrielles et à certains équipements publics.

Cette évolution répond partiellement aux observations formulées par le contributeur tout en préservant les objectifs de protection du patrimoine, des paysages et du cadre de vie qui fondent le projet de RLP.

Enfin, la municipalité ne partage pas l'analyse selon laquelle le projet créerait une situation de concurrence déloyale au profit des dispositifs implantés sur le mobilier urbain. Les règles applicables à ces dispositifs résultent directement des dispositions du Code de l'environnement et du règlement local de publicité, lesquelles poursuivent exclusivement des objectifs d'intérêt général liés à la protection du cadre de vie.

La municipalité considère en conséquence que la contribution appelle une prise en compte partielle conduisant à l'évolution du règlement concernant la publicité murale en zone ZP2, sans remise en cause des orientations générales du projet.

## 5. Contribution publique n° 5 – Mail 05/Mme Virginie BELGRAND PUIG, JCDecaux France

La municipalité prend acte de l'observation formulée par la société JCDecaux France et l'en remercie.

La contribution souligne la spécificité juridique du mobilier urbain susceptible de recevoir de la publicité et rappelle que ces dispositifs répondent avant tout à des fonctions d'intérêt collectif ou de service aux usagers, la publicité n'y étant qu'accessoire.

La municipalité partage cette analyse.

Le projet de Règlement Local de Publicité a été élaboré en tenant compte des dispositions particulières du Code de l'environnement applicables au mobilier urbain et de son rôle spécifique dans l'espace public.

Cette prise en compte est notamment traduite dans les dispositions de l'article 1 du titre II du règlement. Ainsi, l'article 1.2 prévoit qu'en zones ZP1 et ZP2, l'interdiction générale de la publicité ne s'applique pas aux supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain ni aux publicités liées aux activités des vitrines sur lesquelles elles peuvent être apposées.

Le projet distingue ainsi explicitement les dispositifs publicitaires classiques des supports installés à titre accessoire sur du mobilier urbain et maintient la possibilité d'implantation de ces derniers dans les conditions prévues par le règlement.

Le règlement comporte par ailleurs, dans son préambule, une définition spécifique du mobilier urbain rappelant que les mobiliers urbains susceptibles d'accueillir de la publicité ou des préenseignes sont notamment les abris destinés au public, les kiosques à journaux ou à usage commercial, les dispositifs destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques, ainsi que les colonnes et mâts porte-affiches prévus par le Code de l'environnement.

Cette définition rappelle également que la publicité n'y est admise qu'à titre accessoire et que le mobilier urbain n'a pas pour fonction principale l'affichage publicitaire.

Toutefois, afin de tenir compte de l'observation formulée par JCDecaux et de renforcer la lisibilité du document, la municipalité propose de compléter cette définition lors de l'approbation du règlement afin de mieux préciser le rôle du mobilier urbain dans l'espace public ainsi que son régime spécifique au regard des dispositions du Code de l'environnement.

La municipalité rappelle également que l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public demeure soumise aux autorisations, contrats et conventions relevant de la compétence de la collectivité ainsi qu'aux différentes procédures prévues par les législations applicables.

Dans le préambule, la définition du mobilier urbain est amendée de la manière suivante :

Les mobiliers urbains sur lesquels peuvent être apposées des publicités ou préenseignes sont les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public et le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité à titre accessoire et n'a pas pour fonction principale l'affichage de publicité.

Le terme mobilier urbain désigne également, les colonnes porte-affiches, qui sont dédiées aux annonces de spectacles ou de manifestations culturelles (cinéma, théâtre, concert, etc.) et les mâts porte-affiches, ~~utilisables~~ destinés exclusivement ~~pour~~ à l'annonce de manifestations économiques, sociales culturelles ou sportives conformément aux ~~(articles R.581-45 et R.581-46 du Code de l'environnement).~~

~~Le présent règlement n'a ni pour objet ni pour effet d'imposer l'implantation de mobilier urbain susceptible de recevoir de la publicité. L'implantation de tels dispositifs demeure subordonnée aux décisions de la collectivité compétente ainsi qu'aux autorisations et contrats applicables au domaine public.~~

Concernant l'article 3.1 du règlement, la municipalité prend acte de l'observation formulée par JCDecaux relative à la nécessité de préciser certaines prescriptions portant sur l'aspect extérieur des dispositifs.

Cette observation rejoint les remarques également formulées dans le cadre de l'enquête publique concernant les prescriptions qualitatives applicables aux publicités, aux préenseignes et aux enseignes (cf. Contribution n° 3 et réponses apportées).

Afin de renforcer la sécurité juridique du document, la municipalité propose de réexaminer la rédaction de cet article afin de mieux distinguer les prescriptions applicables aux supports eux-mêmes de celles qui ne relèvent pas du champ du RLP, tout en maintenant les objectifs d'intégration paysagère et de qualité du cadre de vie poursuivis par le règlement.

Les évolutions envisagées à l'issue de l'enquête publique concernant l'autorisation limitée de publicités murales en zone ZP2 ne remettent pas en cause ce régime spécifique applicable au mobilier urbain, lequel demeure traité distinctement au sein du règlement conformément aux dispositions du Code de l'environnement.

La contribution est ainsi prise en considération dans le cadre des ajustements rédactionnels qui seront introduits pour l'approbation définitive du document, sous réserve des conclusions du commissaire enquêteur.

La municipalité considère que cette observation ne remet pas en cause les orientations générales du projet de RLP.

## **6. Contribution publique n° 6 – Registre 01/Mme Marie-Christine ROBIN, AFDSB et ses environs**

La municipalité prend acte de l'observation formulée par Mme Marie-Christine ROBIN et l'en remercie.

Cette contribution complète l'observation formulée par l'Association Française pour le Don de Sang Bénévole de La Gacilly et ses environs concernant les dispositifs de communication utilisés pour annoncer les collectes de sang organisées sur le territoire communal (cf. contribution n° 1).

Le contributeur précise que l'association utilise non seulement des banderoles temporaires, mais également des panneaux rigides annonçant les dates des collectes, installés temporairement dans la commune.

La municipalité rappelle que le projet de Règlement Local de Publicité a principalement vocation à encadrer les dispositifs de publicité, les enseignes et les préenseignes visibles depuis l'espace public, dans le respect des dispositions du Code de l'environnement.

Toutefois, l'article 1.2 du titre I du projet de règlement précise que :

- 6.1. « Les dispositions réglementaires du présent règlement ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si celui-ci est principalement destiné à cet usage. Elles ne s'appliquent pas non plus aux dispositifs réservés à l'affichage d'opinion ou à la communication des activités associatives sans but lucratif. En application de l'article L.581-13 du Code de l'environnement, ces emplacements sont déterminés par arrêté du Maire. »

Les actions de communication mises en œuvre par l'Association Française pour le Don de Sang Bénévole relèvent d'une activité associative à but non lucratif participant à une mission d'intérêt général et de santé publique.

Dans ce cadre, les dispositifs destinés à informer la population des collectes de sang organisées sur la commune, qu'il s'agisse de banderoles temporaires ou de panneaux d'information temporaires, relèvent principalement de la communication associative sans but lucratif visée par les dispositions précitées.

Leur implantation demeure toutefois soumise aux autorisations éventuellement nécessaires au titre de l'occupation du domaine public ainsi qu'au respect des règles de sécurité, de visibilité et de gestion du domaine public applicables.

La municipalité considère en conséquence que cette observation n'appelle pas de modification du projet de RLP.

## **7. Contribution publique reçue hors délais – Mail 06/M Patrick CORVAISIER (hors délais)**

La municipalité prend acte du courrier transmis par M. Patrick CORVAISIER.

Cette contribution ayant été reçue postérieurement à la clôture de l'enquête publique, elle ne constitue pas une observation recueillie dans le cadre de l'enquête et ne peut être intégrée aux contributions soumises à l'appréciation du commissaire enquêteur dans les mêmes conditions que celles régulièrement déposées pendant la période d'enquête.

La municipalité souhaite néanmoins apporter les observations suivantes.

Le courrier transmis attire notamment l'attention sur la présence de dispositifs publicitaires implantés sur le territoire communal ainsi que sur leur impact potentiel sur la qualité du cadre de vie et des paysages.

Ces observations rejoignent plusieurs constats déjà identifiés lors de l'élaboration du Règlement Local de Publicité et présentés dans le diagnostic figurant au rapport de présentation.

Le diagnostic a notamment mis en évidence la présence de dispositifs publicitaires ou assimilés dont l'implantation ou les caractéristiques apparaissent incompatibles avec les dispositions du Règlement National de Publicité, ainsi que des situations contribuant à la banalisation ou à la dégradation de certaines perceptions paysagères.

Ces constats, à l'appui de cet exemple précis, ont notamment été illustrés dans les pages 60, 61 et 73 du rapport de présentation et ont contribué à justifier l'élaboration du présent Règlement Local de Publicité ainsi que les objectifs de préservation du cadre de vie, de valorisation du patrimoine bâti et de maîtrise de l'affichage publicitaire poursuivis par la commune.

La municipalité considère en conséquence que cette contribution tardive ne conduit pas à modifier le projet de RLP, mais qu'elle confirme plusieurs constats déjà établis dans le diagnostic territorial ayant servi de fondement à son élaboration.

## **8. Ajustements rédactionnels et corrections matérielles identifiés à l'issue de l'enquête publique**

Indépendamment des observations formulées dans le cadre de l'enquête publique, le réexamen du projet de Règlement Local de Publicité a permis d'identifier plusieurs ajustements rédactionnels et corrections matérielles destinés à améliorer la lisibilité du document.

Il a notamment été constaté une erreur matérielle dans les en-têtes figurant aux pages du titre II du règlement. Ces en-têtes mentionnent actuellement des « dispositions générales » alors que le titre II porte sur les dispositions particulières applicables aux différentes zones de publicité. Il est donc proposé de corriger cette erreur matérielle afin de faire apparaître la mention « dispositions particulières ».

Par ailleurs, afin de faciliter la lecture du règlement et le repérage de ses différentes prescriptions, il est proposé d'adopter une codification harmonisée des articles distinguant clairement les dispositions générales du titre I et les dispositions particulières du titre II.

À titre d'exemple, les articles du titre I seraient codifiés sous la forme I.1.1, I.1.2, I.2.1, etc., tandis que les articles du titre II seraient codifiés sous la forme II.1.1, II.1.2, II.2.1, etc.

Ces ajustements ont exclusivement pour objet d'améliorer la lisibilité, la compréhension et l'utilisation du règlement. Ils ne modifient ni l'économie générale du projet, ni ses objectifs, ni la portée des prescriptions réglementaires arrêtées par la commune.

## 9. Question du commissaire enquêteur : Pourriez-vous m'indiquer, dès lors, l'ensemble des modalités de concertation de sa prescription à son bilan, ainsi que les délibérations qui y sont rattachées ?

La municipalité rappelle que l'élaboration du RLP a été conduite parallèlement à celle du Plan Local d'Urbanisme (PLU). Ce choix a permis de mener une réflexion globale sur l'évolution du territoire communal, tant au regard de son développement urbain que de la préservation de son identité patrimoniale, paysagère et économique.

Les modalités de concertation ont été définies par la délibération du Conseil municipal prescrivant l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme et du Règlement Local de Publicité. Cette délibération précisait notamment les moyens d'information et de participation mis à disposition du public pendant toute la durée des études.

Conformément à ces modalités, la concertation s'est déroulée tout au long de l'élaboration du projet au travers de plusieurs moyens complémentaires :

- *mise à disposition des informations relatives à la procédure sur le site internet de la commune ;*
- *publications dans la presse locale annonçant les réunions publiques ;*
- *mise à disposition d'un registre permettant au public de formuler ses observations ;*
- *organisation de plusieurs réunions publiques thématiques.*

Les réunions de concertation organisées à destination de la population se sont notamment déroulées selon le calendrier suivant :

- *10 juin 2021 : présentation de la démarche de révision du PLU, suivie d'un atelier consacré aux « manières d'habiter à La Gacilly » ;*
- *15 juin 2021 : atelier consacré « aux dynamiques sociales du territoire » ;*
- *21 juin 2021 : atelier consacré « au développement de l'économie locale » ;*
- *23 juin 2021 : atelier consacré « aux espaces naturels et agricoles » ;*
- *2 juillet 2021 : permanence dédiée aux chefs d'exploitation agricole dans le cadre de la concertation sur les activités économiques ;*
- *13 octobre 2023 : atelier spécifique consacré à l'élaboration du Règlement Local de Publicité, intitulé « Participation des entrepreneurs concernés – Enseignes et devantures ».*

Si, lors de la réunion du 21 juin 2021, les thématiques liées au RLP ont été abordées avec l'assemblée, la réunion du 13 octobre 2023 avait pour objet de présenter les orientations envisagées pour le futur RLP et de recueillir les observations des commerçants, artisans et autres acteurs économiques directement concernés par les règles relatives aux enseignes, préenseignes et publicités.

Les échanges intervenus au cours de cette concertation ont notamment contribué à l'élaboration de la charte sur les devantures commerciales et les enseignes annexée au projet de règlement ainsi qu'à la définition des prescriptions applicables aux enseignes commerciales.

Il convient également de rappeler que le déroulement de la concertation entre 2020 et 2021 a été fortement perturbé par les mesures sanitaires prises dans le cadre de la crise liée à la Covid-19. Afin de garantir une participation effective de la population, la municipalité a fait le choix de reporter une partie du calendrier initial plutôt que de maintenir des modalités de concertation dégradées, ce qui a conduit à allonger la durée d'élaboration du projet, du PLU notamment.

Par ailleurs, les Personnes Publiques Associées ont été conviées à une réunion spécifique consacrée au projet de RLP le 26 janvier 2024. Aucun des organismes invités n'était représenté lors de cette réunion. La municipalité a néanmoins transmis le projet arrêté aux Personnes Publiques Associées afin de recueillir leurs observations dans le délai réglementaire de trois

mois. À l'issue de cette consultation, les communes de Bains-sur-Oust, de Carentoir ainsi que la Communauté de communes de l'Oust à Brocéliande ont émis un avis favorable sans observation.

Le bilan de cette concertation met en évidence une participation du public et des acteurs économiques tout au long de l'élaboration du projet. Les observations recueillies ont contribué à préciser certaines orientations du règlement, notamment celles relatives aux enseignes commerciales et à leur insertion dans le paysage communal.

Enfin, l'enquête publique constitue le prolongement de cette démarche de concertation. Les observations recueillies dans ce cadre conduisent aujourd'hui la municipalité à proposer plusieurs adaptations du projet arrêté, notamment en matière de publicité murale dans les zones d'activités, de prescriptions relatives à l'aspect extérieur des dispositifs, de dispositions applicables aux dispositifs de maintenance ainsi que de clarification de certaines règles du règlement.

Les délibérations jointes en annexe retracent les principales étapes de cette procédure, depuis sa prescription jusqu'à l'arrêt du projet et à l'organisation de l'enquête publique.

## **10. Question du commissaire enquêteur : Pourriez-vous m'indiquer dès lors, les modalités de l'état des lieux ainsi que la grille de catégorisation de l'intégration paysagère ?**

L'état des lieux réalisé dans le cadre de l'élaboration du RLP s'est appuyé sur un recensement exhaustif des dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes présents sur le territoire communal. Chaque dispositif a fait l'objet d'une fiche descriptive précisant notamment sa localisation, sa nature, son support, son environnement immédiat ainsi que, lorsque cela était possible, une appréciation de sa conformité au regard des dispositions du Règlement National de Publicité.

La vérification exhaustive de cette conformité aurait toutefois nécessité un relevé métrique précis de chaque dispositif (dimensions, hauteurs, surfaces, modalités d'implantation, distances réglementaires, etc.), ce qui représentait un travail particulièrement long et complexe dans le cadre du diagnostic préalable. En conséquence, cette rubrique n'a été renseignée que lorsque la conformité ou la non-conformité apparaissait manifeste, notamment en raison des dimensions particulièrement importantes d'un dispositif, de son implantation ou de sa localisation au regard des dispositions du Code de l'environnement.

Afin de disposer malgré tout d'un outil d'appréciation homogène de la qualité des dispositifs recensés, un indice d'intégration paysagère a été élaboré. Cet indice, présenté sous les trois niveaux « faible », « moyen » et « bon », ne constitue pas une grille réglementaire ni une méthode normalisée. Il s'agit d'un indicateur qualitatif destiné à apprécier le degré d'insertion des dispositifs dans leur environnement.

Cette appréciation repose sur les principes de qualité paysagère et architecturale développés dans le diagnostic, notamment dans la présentation des bonnes pratiques figurant aux pages 50 à 61 du rapport. L'évaluation a été réalisée sur le terrain par un architecte au regard d'un faisceau de critères comprenant notamment :

- *la localisation et le contexte d'implantation du dispositif ;*
- *ses dimensions et ses proportions au regard du bâtiment support ou de l'espace public ;*
- *sa nature et son mode de fixation ;*
- *ses couleurs, matériaux et formes ;*
- *son impact sur la perception du bâti, des perspectives urbaines ou du paysage ;*
- *sa capacité à s'intégrer harmonieusement à son environnement ou, au contraire, à créer une rupture visuelle.*

L'indice attribué résulte ainsi d'une appréciation qualitative globale de ces différents critères. Il n'a pas vocation à se substituer au contrôle réglementaire de conformité mais constitue un outil d'analyse permettant d'identifier les secteurs et les dispositifs présentant les enjeux paysagers les plus importants et d'orienter les choix retenus dans le cadre de l'élaboration du RLP.

Afin d'améliorer la lisibilité de la démarche, ces précisions méthodologiques pourront être intégrées au rapport de présentation avant son approbation, de manière à expliciter les modalités de réalisation de l'état des lieux ainsi que les critères ayant présidé à l'attribution de l'indice d'intégration paysagère.

## **11. Question du commissaire enquêteur : Pourriez-vous m'expliquer les obligations liées à cette charte et sa portée réglementaire ?**

La charte sur les devantures commerciales et les enseignes annexée au dossier de RLP constitue un document d'accompagnement destiné à sensibiliser les commerçants, artisans, propriétaires et porteurs de projet aux bonnes pratiques d'intégration des devantures, enseignes et dispositifs de communication dans le paysage urbain de La Gacilly.

Elle a été élaborée parallèlement au projet de RLP à la suite des échanges intervenus avec les acteurs économiques du territoire, notamment lors de l'atelier de concertation consacré aux enseignes et devantures, organisé le 13 octobre 2023.

Dépourvue de portée réglementaire et de caractère opposable, cette charte poursuit principalement un objectif pédagogique. Elle illustre les orientations qualitatives recherchées par la commune, présente des recommandations architecturales et paysagères ainsi que des exemples de bonnes pratiques permettant de favoriser une meilleure insertion des dispositifs dans leur environnement.

Elle ne constitue pas un document réglementaire et ne crée aucune obligation juridique autonome. Bien que son contenu explicite, illustre et accompagne en grande partie les prescriptions réglementaires énoncées dans le RLP.

Les seules prescriptions opposables aux demandes d'autorisation ou de déclaration demeurent celles figurant dans le RLP, approuvé par le conseil municipal, ainsi que celles résultant directement des dispositions du Code de l'environnement.

La charte n'ajoute, ne modifie ni ne restreint d'aucune façon les règles fixées par le règlement du RLP. Elle constitue un document de recommandation destiné à accompagner la mise en œuvre des prescriptions réglementaires et à favoriser une meilleure compréhension des objectifs poursuivis par la commune en matière de qualité architecturale, de valorisation du patrimoine bâti et de préservation du paysage.

Toutefois, au regard des observations formulées au cours de l'enquête publique et afin d'éviter toute ambiguïté sur sa portée, la municipalité complètera les dispositions introductives de cette charte afin de rappeler explicitement son caractère exclusivement informatif et pédagogique ainsi que son absence de portée réglementaire.

Par ailleurs, la cohérence entre les modifications qui seront apportées au Règlement Local de Publicité à l'issue de l'enquête publique et les recommandations figurant dans la charte fera l'objet d'une vérification avant l'approbation définitive du document, afin d'assurer une parfaite concordance entre ces deux documents.

# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

*Version amendée suivant les réponses  
apportées aux contributions publiques  
formulées lors de l'enquête publique. Voir  
aussi réponses au PV de synthèse.*



## Pièce 2.1 - Règlement

*2 juillet 2026*



## Sommaire

|                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Préambule                                                                                                    | 4  |
| Titre I : Dispositions réglementaires générales applicables à l'ensemble des zones                           | 11 |
| Titre II : Dispositions réglementaires particulières applicables à chacune des zones et types de dispositifs | 15 |

**Nota :** Ce document, annexé au mémoire en réponse au Procès-Verbal de synthèse de l'enquête publique portant sur le RLP de La Gacilly, illustre les amendements proposés au règlement :

- les suppressions distinguées de cette manière : *suppression* ;
- les ajustements ou compléments distingués de cette manière : *ajustement*.

*Le présent règlement local de publicité découle du respect des principes énoncés dans le Code de l'Environnement français et des dispositions nationales relatives à la publicité extérieure. Il vise à renforcer notre identité locale et à promouvoir la durabilité en limitant les impacts négatifs de la publicité tout en soutenant le développement économique de notre commune.*

*En tant que commune compétente en matière d'urbanisme, la municipalité de La Gacilly encourage la participation citoyenne et invite les résidents, les entreprises locales et les visiteurs à prendre part à la préservation de ce cadre de vie. Collectivement, il peut être veillé à ce que La Gacilly continue de prospérer tout en restant fidèle à son identité culturelle et à son patrimoine architectural et naturel.*

*Ce Règlement Local de Publicité est donc un outil essentiel pour façonner et encadrer l'évolution du paysage sur le territoire communal, tout en respectant l'équilibre avec les besoins de l'économie locale. Il s'agit là d'une approche équilibrée définissant les principes qui guident la rédaction du présent règlement.*

## Champ d'application du RLP :

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (loi Grenelle II), complétée par le décret du 30 janvier 2012, a apporté des modifications significatives à la réglementation nationale en matière de publicité, préenseignes et enseignes, communément appelée la Réglementation Nationale de la Publicité (RNP).

Le présent Règlement Local de Publicité (RLP), spécifique à la commune de La Gacilly, complète, modifie et précise cette réglementation nationale pour s'adapter au contexte. Il s'applique sur l'ensemble du territoire communal et délimite les zones d'application dans les documents graphiques annexés.

L'objectif principal de ce RLP est de garantir la protection de notre cadre de vie, en établissant des règles locales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles depuis toute voie ouverte à la circulation publique, que ces dispositifs soient implantés sur un immeuble du domaine public ou privé. Ces règles sont délibérément plus restrictives que celles de la réglementation nationale pour préserver l'esthétique et l'identité de La Gacilly. Bien qu'il est important de noter que les règles de la RNP qui ne sont pas explicitement traitées dans le RLP restent intégralement applicables.

Il est également essentiel de souligner que ces dispositions ne concernent pas la publicité, les enseignes et les préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de ce local est principalement celle d'un support de publicité, conformément à l'article L. 581-2 du Code de l'Environnement. De plus, elles ne s'appliquent pas aux dispositifs de signalisation routière, d'information locale, aux dispositifs publicitaires sur les véhicules de transport en commun, sur les véhicules de transport professionnels, sur les taxis, ni sur les véhicules non utilisés à des fins essentiellement publicitaires.

En vertu de l'article L.581-19 du Code de l'Environnement, il est rappelé que les préenseignes sont soumises aux mêmes dispositions que celles régissant la publicité. Cela signifie que les dispositions du RLP concernant la publicité s'appliquent également aux préenseignes, à l'exception des préenseignes dérogatoires définies au 3e alinéa de l'article L.581-19 du Code de l'Environnement.

Enfin, il est important de préciser que le Règlement Local de Publicité n'a pas pour vocation de réglementer l'affichage de signalétique d'information locale (SIL).

Le RLP de la commune de La Gacilly est complété par les annexes suivantes :

- *Plan de Zonage : le plan de zonage couvre l'ensemble du territoire communal. Ce document graphique détaille les différentes zones dans lesquelles s'appliquent distinctement les prescriptions réglementaires.*
- *Arrêté municipal sur les Limites d'Agglomérations : l'arrêté municipal émis par la commune fixe les limites d'agglomérations, également représentées sur un document graphique distinct, facilitant ainsi la compréhension des zones concernées.*

Ces annexes constituent des références essentielles pour l'application du règlement et permettent une mise en œuvre efficace des prescriptions énoncées ci-après, en corrélation avec les zones géographiques. Le territoire communal est divisé en quatre zones distinctes :

- **ZP1** correspondant aux **centres-villes des trois agglomérations** (La Gacilly, Glénac et La Chapelle-Gaceline) ;
- **ZP2** correspondant aux **secteurs d'activités artisanales ou industrielles, ainsi qu'aux secteurs d'équipements publics** au sein des trois agglomérations ;
- **ZP3** correspondant aux **quartiers à dominante résidentielle** au sein des trois agglomérations et en dehors de la zone ZP1 ;
- **ZP4** correspondant au reste du **territoire compris hors agglomérations**, non couvert par les zones ZP1, ZP2 ou ZP3.

## Régime des autorisations et déclarations préalables

Conformément au Code de l'environnement à la loi du 29 décembre 1979, les dispositifs de publicité, de préenseigne ou d'enseigne sur le territoire communal de La Gacilly sont soumis à un régime de déclaration ou d'autorisation préalable. Il est impératif de respecter ces procédures pour toute installation de publicité extérieure.

Il convient de noter que le secteur de Glénac est concerné par un périmètre délimité des abords, en raison de la présence de la croix de cimetière inscrite à l'inventaire des monuments historiques. Pour les autorisations ou les demandes de déclarations préalables dans ce périmètre, il est impératif qu'elles soient soumises à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France. Cet avis est essentiel pour préserver l'intégrité des abords du monument historique.

Il est crucial de distinguer l'autorisation du propriétaire, telle qu'énoncée par l'article L.581-25 du Code de l'Environnement, sous la forme d'un contrat de louage d'emplacement. Ce contrat, qui établit une relation contractuelle entre le propriétaire et l'exploitant de la publicité, ne doit en aucun cas être confondu avec l'autorisation délivrée par l'autorité compétente en matière de police pour certains dispositifs publicitaires ou enseignes.

Ainsi, une société d'affichage qui aura obtenu initialement une autorisation écrite, généralement sous forme d'un bail, d'un propriétaire pour installer une publicité, doit ensuite adresser une demande d'autorisation à l'autorité compétente. Cette demande d'autorisation est essentielle pour s'assurer que la publicité respecte les réglementations en vigueur et préserve l'harmonie de l'environnement.

### Publicité :

L'article L.581-9 du Code de l'Environnement précise les types de publicités soumises à autorisation préalable. Il s'agit :

- des publicités lumineuses (dont numériques) autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence, qu'elles soient ou non apposées sur du mobilier urbain ;
- des emplacements de bâches comportant de la publicité ;
- des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

### Enseigne :

Les enseignes sont également soumises à autorisation du Maire sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'Environnement, ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité. Les articles L.581-18 alinéa 3 et R.581-17 du même code précisent les types d'enseignes soumises à autorisation préalable, hors du cadre d'un RLP. Il s'agit :

- des enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et

*L.581 – 8 dudit code ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;*

- *des enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 dudit code et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8 dudit code ;*
- *des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.*

Depuis la loi ENE, toutes les enseignes implantées sur le territoire couvert par un RLP sont soumises à autorisation préalable et ce, qu'elles soient situées dans les zones identifiées par le RLP ou en dehors de ces zones y compris hors agglomération.

#### **Déclaration préalable :**

Lorsque la publicité n'est pas soumise à autorisation préalable, le dispositif qui la supporte doit faire l'objet d'une déclaration préalable à l'occasion de son installation, de sa modification ou de son remplacement. L'installation s'entend de l'implantation de tout nouveau dispositif. La modification concerne toute transformation modifiant l'aspect extérieur (orientation, dimensions ou caractéristiques). Le remplacement comprend la dépose d'une installation existante et le montage d'une installation nouvelle modifiant l'aspect de la précédente.

Ainsi est soumis à déclaration préalable :

- *l'installation, la modification ou le remplacement de la publicité,*
- *la publicité non lumineuse supportée par le mobilier urbain.*

Les préenseignes étant soumises au régime de la publicité doivent également faire l'objet d'une déclaration préalable, lorsque leurs dimensions sont supérieures à 1 mètre de hauteur par 1,5 mètre de largeur.

#### **Affichage libre :**

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté municipal, en application des articles L.581-13 ; R.581-2 et R.581-3 du code de l'environnement. Le RLP peut permettre à ces panneaux d'affichage libre d'être installés dans les périmètres d'interdiction relative définis par la RNP, bien qu'ils ne sont pas soumis aux autres dispositions du règlement local.

## **Opposabilité du Règlement local de Publicité**

L'opposabilité du RLP est régie par les articles L.581-43 et R.581-88-I du Code de l'Environnement. Trois hypothèses peuvent se présenter :

#### **\* 1er cas de figure :**

*Le dispositif est une publicité, préenseigne ou une enseigne implantée postérieurement à la date d'entrée en vigueur du RLP. Il doit alors se conformer intégralement aux prescriptions du présent règlement sous peine de sanctions administratives et/ou pénales.*

#### **\* 2e cas de figure :**

*Le dispositif est une publicité ou une préenseigne implantée légalement et antérieurement à la date d'entrée en vigueur du RLP. Il doit se conformer aux prescriptions du présent règlement dans un délai de 2 ans à compter de la date de l'entrée en vigueur du RLP.*

#### **\* 3e cas de figure :**

*Le dispositif est une enseigne implantée légalement et antérieurement à la date d'entrée en vigueur du RLP. Il doit se conformer aux prescriptions du présent règlement dans un délai de 6 ans à compter de la date de l'entrée en vigueur du RLP.*

## Définitions

### Publicité :

L'article L.581-3 du code de l'environnement définit la publicité comme toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Le même article précise également que les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images, sont assimilés à une publicité.

D'autre part, sont aussi assimilés tous les éléments destinés à assurer la sécurité des agents chargés de coller les affiches publicitaires sur les dispositifs ainsi que les rampes d'éclairages servant le fonctionnement global du dispositif, même s'ils ne sont pas destinés à recevoir des inscriptions, formes ou images.

Le présent règlement distingue les différents types de publicité suivants :

- *publicité scellée au sol ou implantée directement sur le sol* ;
- *publicité apposée sur un support existant (mur, clôture, etc.)* ;
- *publicité sur bâches ou palissades de chantier* ;
- *publicité apposée sur du mobilier urbain* ;
- *publicité supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence* ;
- *publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou par transparence* ;
- *publicité numérique*.

Une publicité lumineuse est une publicité qui intègre des éléments d'éclairage, tels que des ampoules, des néons, des LED ou d'autres sources lumineuses, dans le but d'affirmer le message publicitaire ou d'accentuer son impact visuel et d'attirer l'attention du public.

Une publicité numérique est une publicité lumineuse particulière. Elle désigne les dispositifs équipés d'écrans numériques, tels que des écrans, des moniteurs, des panneaux d'affichage numériques, des tablettes, des smartphones, des ordinateurs et d'autres dispositifs électroniques, présentant des images fixes ou animées, des vidéos, des messages texte ou interactifs.

### Enseigne :

L'article L.581-3 du code de l'environnement définit l'enseigne comme étant toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble bâti ou non et relative à une activité qui s'y exerce.

Le présent règlement distingue les différents types d'enseignes suivants :

- *les enseignes en façade selon qu'elles sont implantées à plat ou perpendiculaires (enseigne dite « en drapeau »)* ;
- *les enseignes en toiture* ;
- *les enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol* ;
- *les enseignes lumineuses, dont l'enseigne à faisceau de rayonnement laser*.

### Préenseigne :

L'article L.581-3 du code de l'environnement définit la préenseigne comme étant toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Par opposition à une enseigne, une préenseigne est implantée sur un immeuble bâti ou non bâti matériellement différent de celui où s'exerce l'activité qu'elle signale.

~~Les typologies des préenseignes abordées dans le présent règlement sont celles énoncées ci-avant pour les enseignes.~~

Les chevalets, pupitres et porte-menus implantés indépendamment de l'immeuble où s'exerce

l'activité et destinés à en signaler la proximité sont assimilés à des préenseignes pour l'application du présent règlement. Lorsqu'ils sont implantés sur le domaine public dans le cadre d'une autorisation régulière d'occupation de celui-ci, ils sont regardés comme des enseignes, conformément à la doctrine ministérielle.

### **Dispositifs temporaires**

Les dispositifs temporaires signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.

Ils peuvent être installés pour plus de trois mois lorsqu'ils signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente immobilières. Dans ce cadre, les panneaux immobiliers « vendu » et « loué » sont considérés comme étant des publicités et non des enseignes temporaires.

### **Mobilier urbain :**

Les mobiliers urbains sur lesquels peuvent être apposées des publicités ou préenseignes sont les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifés sur le domaine public et le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité à titre accessoire et n'a pas pour fonction principale l'affichage de publicité.

Le terme mobilier urbain désigne également, les colonnes porte-affiches, qui sont dédiées aux annonces de spectacles ou de manifestations culturelles (cinéma, théâtre, concert, etc.) et les mâts porte-affiches, ~~utilisables~~ destinés exclusivement ~~pour~~ à l'annonce de manifestations économiques, sociales culturelles ou sportives conformément aux (articles R.581-45 et R.581-46 du Code de l'environnement).

Le présent règlement n'a ni pour objet ni pour effet d'imposer l'implantation de mobilier urbain susceptible de recevoir de la publicité. L'implantation de tels dispositifs demeure subordonnée aux décisions de la collectivité compétente ainsi qu'aux autorisations et contrats applicables au domaine public.

### **Microaffichage :**

Il s'agit de publicités d'une taille inférieure à 1 m<sup>2</sup> apposée sur une devanture commerciale. Dans ce dernier cas, la surface cumulée doit être inférieure à 1/10 ème de la surface de la devanture, sans dépasser 2 m<sup>2</sup>.

## **Sanctions**

Le respect du code de l'environnement et du RLP est garanti par des mesures de polices, des sanctions administratives et des sanctions pénales.

### **Les mesures de police**

L'article L.581-26 du Code de l'Environnement fixe une amende administrative lorsque la publicité :

- *soumise à déclaration préalable est implantée sans déclaration préalable ou dans des conditions qui ne respectent pas les termes de la déclaration ;*
- *est installée dans des lieux interdits à la publicité et dont la liste figure à l'article L.581-4 du Code de l'Environnement ;*
- *est installée sur un immeuble sans l'accord préalable de son propriétaire ;*
- *ne mentionne pas le nom et l'adresse ou la dénomination ou raison sociale de la personne qui l'a apposée ou fait apposer (Art. L.581-5 du Code de l'Environnement)*

Lorsqu'un dispositif contrevient aux dispositions législatives ou réglementaires, l'autorité de police dresse un arrêté de mise en demeure, ordonnant la suppression du dispositif ou sa mise en conformité avec la réglementation dans un délai de 15 jours.

À l'expiration de ce délai, courant à compter de la notification de l'arrêté de mise en demeure, le contrevenant est redevable d'une astreinte journalière (dont le montant est réévalué chaque année) par le nombre de dispositifs relevés en infraction, si toutefois il n'a pas obtempéré à la mise en demeure.

Parallèlement à l'application de l'astreinte journalière, l'article L.581-31 du Code de l'Environnement prévoit que l'autorité de police puisse faire exécuter d'office les travaux prescrits par l'arrêté de mise en demeure. Ces frais d'exécution d'office sont alors supportés par le contrevenant notifié par l'arrêté.

Une procédure de suppression d'office est instituée par l'article L.581-29 du Code de l'Environnement et aux seules infractions suivantes :

- *L'implantation d'une publicité dans un des lieux où elle est rigoureusement interdite (Art.L.581-4) ;*
- *L'implantation d'une publicité sans qu'y figure la mention de la personne qui l'a apposée ou fait apposer (Art. L.581-5) ;*
- *L'implantation d'une publicité sur un immeuble sans l'autorisation écrite du propriétaire (Art. L.581-24) ;*
- *L'implantation d'une publicité sur le domaine public et dans un des lieux où elle est interdite (Art. L.581-8).*

### **Pénalités**

En plus des mesures de police et des sanctions administratives, il existe un régime d'amendes pénales, placé sous l'autorité du procureur de la République. À titre d'information, est puni d'une amende délictuelle de 7 500 € :

- *Le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure une publicité, une enseigne ou une préenseigne :*
  - *Dans des lieux, sur des emplacements ou selon des procédés interdits en application des articles L.581-4, L.581-7, L.581-8, L.581-15, L.581-18 et L.581-19.*
  - *Sans avoir obtenu les autorisations préalables prévues par les articles L.581-9 et L.581-18 ou sans avoir observé les conditions posées par ces autorisations.*
  - *Sans avoir procédé à la déclaration préalable prévue à l'article L.581-6 ou en ayant produit une fausse déclaration ;*
  - *Sans avoir observé les dispositions particulières prévues par le RLP.*
- *Le fait de laisser subsister une enseigne ou une préenseigne au-delà des délais de mise en conformité prévus à l'article L.581-43 du Code de l'Environnement, ainsi que le fait de s'opposer à l'exécution des travaux d'office prévus par l'article L.581-31 dudit code ou de mettre obstacle à l'accomplissement des contrôles ou à l'exercice des fonctions des agents chargés de dresser les procès-verbaux.*



# **TITRE I :**

## **Dispositions réglementaires générales applicables à l'ensemble des zones**

## Article 1 : Champ d'application du règlement local de publicité

- I.1.1. Le présent règlement s'applique sur l'ensemble du territoire communal de La Gacilly.
- I.1.2. Les dispositions réglementaires du présent règlement ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si celui-ci est principalement destiné à cet usage. Elles ne s'appliquent pas non plus aux dispositifs réservés à l'affichage d'opinion ou à la communication des activités associatives sans but lucratif. En application de l'article L.581-3 du code de l'environnement, ces emplacements sont déterminés par arrêté du Maire.
- I.1.3. La signalisation d'information locale ayant pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements par des formats réduits relève du Code de la route et n'est donc pas restreinte par le présent règlement.
- I.1.4. D'autre part, il convient de considérer, particulièrement sur le territoire de La Gacilly, que tous dispositifs liés à des œuvres artistiques ne rentrent pas dans le champ du présent règlement local de publicité. Les installations devront néanmoins faire l'objet d'autorisations par les propriétaires des immeubles sur lesquels elles sont accrochées.
- I.1.5. Les dispositions du règlement national de publicité non restreintes dans le présent règlement restent applicables dans leur intégralité.

## Article 2 : Division du territoire communal en zones

- I.2.1. Le territoire couvert par le présent règlement local de publicité est divisé en quatre zones distinctes :
- la **zone ZP1** correspondant aux **centres-villes** des trois agglomérations (La Gacilly, Glénac et La Chapelle-Gaceline) ;
  - la **zone ZP2** correspondant aux **secteurs d'activités artisanales ou industrielles, ainsi qu'aux secteurs d'équipements publics** au sein des trois agglomérations ;
  - la **zone ZP3** correspondant aux **quartiers à dominante résidentielle** au sein des trois agglomérations et en dehors de la zone ZP1 ;
  - la **zone ZP4** correspondant au reste du **territoire compris hors agglomérations**, non couvert par les zones ZP1, ZP2 ou ZP3.
- I.2.2. Ces quatre zones sont délimitées dans le document graphique annexé au présent règlement.
- I.2.3. En plus des dispositions générales applicables à l'ensemble du territoire couvert par le règlement local de publicité, chacune des zones peut faire l'objet de dispositions particulières applicables distinctement.

## Article 3 : Aspect extérieur :

- ~~I.3.1. Une autorisation pour un dispositif publicitaire, une enseigne ou une préenseigne peut être refusée ou subordonnée à des prescriptions spéciales si l'aspect extérieur du dispositif, sa situation, ses dimensions ou ses matériaux sont susceptibles de porter atteinte au caractère, à l'intérêt des lieux avoisinants, aux sites, aux paysages naturels ou urbains, ainsi qu'à la préservation de certaines perspectives visuelles paysagères et/ou monumentales.~~

*L'autorisation d'un dispositif publicitaire, d'une enseigne ou d'une préenseigne peut être refusée ou assortie de prescriptions particulières lorsque son aspect extérieur, son implantation, ses dimensions ou les matériaux qui le composent sont de nature à porter atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants, des sites, des paysages naturels ou urbains, ou à compromettre la préservation des perspectives paysagères ou monumentales.*

*Les prescriptions du présent article ont pour objet de favoriser une insertion qualitative des dispositifs dans leur environnement afin de préserver la qualité du cadre de vie, les paysages et l'identité paysagère de la commune de La Gacilly.*

- ~~I.3.2. Les publicités, préenseignes, ou enseignes doivent s'intégrer à leur environnement en respectant~~

~~les principes suivants :~~

- ~~• Le dispositif doit être adapté à son environnement, en prenant en compte le contexte local.~~
- ~~• Les dimensions et proportions du dispositif doivent être appropriées pour s'harmoniser avec le site.~~
- ~~• Les couleurs, matériaux, aspects et finitions du dispositif doivent être choisis de manière à se fondre dans le paysage et à respecter l'esthétique des lieux.~~

Les prescriptions relatives aux matériaux, aux teintes, aux aspects et aux finitions concernent exclusivement les structures, encadrements, caissons, supports et dispositifs techniques des dispositifs. Elles ne s'appliquent ni aux messages, ni aux affiches, ni aux images, logos ou contenus diffusés.

Les publicités, préenseignes ou enseignes doivent s'intégrer à leur environnement en respectant les conditions suivantes :

- Le dispositif est implanté et dimensionné de manière à préserver la perception des constructions, des espaces publics, des paysages ainsi que des éléments patrimoniaux qui l'environnent.
- Les dimensions et proportions du dispositif sont adaptées aux caractéristiques du bâtiment ou du support sur lequel il est implanté afin de limiter son impact visuel sur l'environnement paysager.
- Les matériaux, teintes et finitions des dispositifs sont choisis de manière à limiter leur impact visuel et à favoriser leur insertion dans l'environnement bâti et paysager.

~~I.3.3. Pour chaque dispositif, le choix des matériaux doit être le fruit d'une réflexion approfondie. Cette réflexion doit prendre en compte la qualité du paysage, de l'architecture et de l'environnement du lieu dans lequel le dispositif sera installé. L'objectif est de veiller à une insertion optimale du dispositif, quelle que soit la nature du contexte d'implantation. Il s'agit de choisir des matériaux qui s'harmonisent avec l'esthétique environnante et contribuent à préserver la cohérence du lieu.~~

~~I.3.4. Lorsque plusieurs dispositifs sont installés sur une même unité foncière, ils doivent présenter une cohérence d'ensemble dans leur présentation et leur installation. Cela signifie que les matériaux, les couleurs, les dimensions, et le dessin des dispositifs et des supports doivent être coordonnés pour créer une harmonie visuelle.~~

Lorsque plusieurs dispositifs publicitaires, d'enseignes ou de préenseignes sont implantés sur une même unité foncière, ils doivent présenter une cohérence d'ensemble dans leur implantation et leurs caractéristiques physiques.

Les structures, supports, encadrements, matériaux, teintes, dimensions et finitions des dispositifs doivent présenter des caractéristiques homogènes afin de limiter leur impact visuel et de favoriser leur insertion dans leur environnement.

Ces prescriptions ne s'appliquent pas aux messages, affiches, images, logos ou autres contenus diffusés.

~~I.3.5. Les teintes choisies ne doivent en aucun cas être agressives. Les couleurs sélectionnées doivent contribuer à maintenir une esthétique harmonieuse et à ne pas causer de perturbations visuelles.~~

Les teintes des structures, encadrements, caissons, supports et dispositifs techniques sont choisies dans des tonalités sobres, en cohérence avec les caractéristiques du bâtiment support et de son environnement bâti et paysager, afin de limiter leur impact visuel. Les teintes fluorescentes sont interdites.

~~I.3.6. L'autorité administrative se réserve le droit de proposer des solutions alternatives si une teinte est jugée trop criarde ou aggressive. Cela peut impliquer la recommandation de couleurs plus douces ou adaptées à l'environnement. À titre d'exemples non exhaustifs, des couleurs comme le vert fluo, le jaune fluo, le rose magenta, l'orange vif, et le rouge vif sont considérés comme agressifs et inappropriés. Il est fortement conseillé de s'inspirer des recommandations de la Charte d'Aménagement des Devantures Commerciales proposée par la municipalité de La Gacilly.~~

Les recommandations figurant dans la Charte d'aménagement des devantures commerciales et des enseignes annexée au présent dossier constituent un guide de bonnes pratiques destiné à favoriser l'intégration des dispositifs dans leur environnement. Cette charte est dépourvue de portée réglementaire et ne crée aucune obligation distincte de celles prévues par le présent règlement.

#### **Article 4 : Durabilité et qualité technique :**

- I.4.1. Les exploitants sont responsables de choisir, installer et entretenir les dispositifs de manière à garantir leur pérennité de leur apparence initiale, ainsi que la préservation de leurs qualités techniques au fil du temps.
- I.4.2. Tous les dispositifs doivent résister aux phénomènes météorologiques, dans le cadre des règles et normes en vigueur qui garantissent la sécurité des personnes et des biens. Cela signifie que les dispositifs permanents doivent être construits à partir de matériaux durables et inaltérables pour résister aux intempéries.
- I.4.3. Les dispositifs ne doivent pas causer de gêne ni de danger pour les usagers de la route et les riverains. Ils doivent être conçus et installés de manière à ne pas perturber la sécurité publique.

#### **Article 5 : Entretien :**

- ~~I.5.1. Chaque intervention sur une installation publicitaire doit inclure une vérification complète, le remplacement des pièces défectueuses, le nettoyage du matériel et de ses environs. Les parties défailtantes des dispositifs lumineux doivent être réparées ou remplacées sans délai pour assurer leur bon fonctionnement.~~
- ~~I.5.2. Les dispositifs dotés d'un moteur électrique nécessitent des systèmes de rotation en parfait état, avec des niveaux de bruit conformes aux règles définies dans le décret n° 2006-1099 du 31 août 2006 relatif à la lutte contre les nuisances sonores, conformément au Code de la santé publique.~~

*Les publicités, les enseignes et les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou entreprises qui les exploitent ou par les personnes exerçant l'activité qu'ils signalent.*

- I.5.3. Lorsque des dispositifs publicitaires, d'enseignes ou préenseignes sont déposés, aucune trace des anciens montages ne doit être laissée apparente. Cela peut impliquer la suppression d'ancrages et de systèmes d'alimentation, la correction de la peinture, et la réparation du revêtement. Cette disposition vise à préserver l'esthétique des lieux.
- ~~I.5.4. En cas de cessation d'activité de l'entreprise signalée par une enseigne, préenseigne ou une publicité, la personne exerçant cette activité doit supprimer l'ensemble des dispositifs afférents et remettre les lieux en état dans les trois mois suivant la cessation de l'activité, sauf si l'enseigne présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque, auquel cas elle peut être préservée.~~

*Conformément à l'article R.581-58 du Code de l'environnement, les enseignes sont supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois suivant la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elles présentent un intérêt historique, artistique ou pittoresque.*

#### **Article 6 : Accessoires :**

- I.6.1. Les dispositifs permanents utiles à l'entretien des dispositifs ou l'encollage des publicités, telles que les passerelles facilitant la pose d'affiches, sont interdits lorsqu'ils sont visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique. Dans ce cas, ces accessoires doivent être amovibles et retirés lorsqu'ils ne sont pas utilisés, pour maintenir l'aspect esthétique de l'environnement urbain.

## **TITRE II :**

**Dispositions réglementaires particulières  
applicables à chacune des zones et types de  
dispositifs**

## **Article 1 : Dispositions applicables aux publicités :**

~~II.1.1. Tous types de publicité sont interdits dans les zones délimitées ZP3 et ZP4 du présent règlement, y compris celles installées à titre accessoire sur du mobilier urbain, à l'exception des actions de sponsoring au sein des équipements sportifs contenus dans la zone ZP3.~~

*Tous types de publicité sont interdits dans les zones délimitées ZP3 et ZP4 du présent règlement, à l'exception des actions de sponsoring au sein des équipements sportifs contenus dans la zone ZP3.*

~~II.1.2. À l'exception des supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain et des publicités liées aux activités des vitrines sur lesquelles elles peuvent être apposées, tous types de publicité sont également interdits dans les zones délimitées ZP1 et ZP2 du présent règlement.~~

*II.1.2. À l'exception des publicités installées à titre accessoire sur le mobilier urbain, des installations prévues par la collectivité en des emplacements spécifiquement destinés à cet effet, ainsi que des publicités liées aux activités des vitrines sur lesquelles elles sont apposées, tous types de publicité sont interdits dans la zone ZP1.*

*II.1.3. En plus des dispositifs mentionnés à l'article II.1.2, les dispositifs publicitaires muraux d'une superficie maximale de 4,70 m<sup>2</sup> sont autorisés dans la zone ZP2.*

## **Article 2 : Dispositions applicables aux enseignes :**

### **II.2.1. Tous types d'enseignes**

2.1.1. Dans toutes zones l'apposition de tous types d'enseignes est interdite sur les arbres et plantations, sur les poteaux électriques et candélabres, ainsi que sur les clôtures; qu'elles soient composées d'un grillage, d'un mur plein ou d'un mur bahut.

2.1.2. Les enseignes sont interdites dans la zone délimitée ZP3 du présent règlement. Seules les plaques professionnelles (de type activités libérales) ne dépassant pas un gabarit de 60 cm de largeur et de hauteur, et 3 cm d'épaisseur peuvent être autorisées, sous réserve d'être situé à moins de 1,90 m du niveau de sol, observé à l'aplomb du dispositif.

2.1.3. Les enseignes et préenseignes temporaires liées aux transactions immobilières sont admises dans toutes zones à raison d'un dispositif mural par agence et par unité foncière concernée, et sous réserve d'être retirées dès lesdites transactions conclues. Dans ce cas, elles sont limitées à un format maximum de 50 cm de large par 65 cm de haut.

### **II.2.2. Les enseignes appliquées en façade**

2.2.1. Les enseignes sont autorisées dans les zones ZP1, ZP2 et ZP4.

2.2.2. Dans la zone ZP1, elles doivent être implantées exclusivement sur la façade supportant la devanture, sans rompre la lecture du rythme des dessins de façades et du parcellaire sur lequel elles sont apposées. Les enseignes en bandeau doivent être implantées dans la largeur des vitrines ou des linteaux.

2.2.3. Dans tous les cas, elles ne doivent pas recouvrir ou masquer les détails ou décors architecturaux, tels que les baies ou leurs encadrements, les bandeaux et corniches, les pilastres, chapiteaux, corbeaux, modénatures diverses ou encore les garde-corps, notamment ceux des balcons et balconnets.

2.2.4. Les enseignes en drapeau sont limitées à une par activité et en saillie maximale de 80 cm depuis le nu du mur sur lequel elle s'applique. Elles doivent être situées à au moins 2,15 m du niveau de sol, observé à l'aplomb du dispositif. Hors support, leur dimension doit être comprise dans un gabarit maximum de 60 cm de large, 80 cm de hauteur et 8 cm d'épaisseur. Dans le cas d'un établissement bordant plusieurs rues, il peut être autorisé une enseigne en drapeau par rue.

2.2.5. Les teintes fluorescentes sont interdites et, dans tous les cas, les enseignes ne doivent pas être de teintes criardes

2.2.6. Dans la zone ZP1, les vitrophanies, limitées aux informations relatives à l'activité du commerce

(P.ex. horaires d'ouverture, fonctionnement, etc.), ne peuvent recouvrir plus de 30 % de la surface vitrée. Toutefois, pour les activités nécessitant discrétion, un recouvrement jusqu'à 80 % peut être autorisé. Dans ce cas, elles sont limitées à 1,95 m de haut, mesurées depuis le niveau de la rue ou, à défaut, présenter un recouvrement partiel considérant l'intégralité de la surface vitrée concernée, par exemple, par un dégradé ou un dessin astucieux de dévoilé-caché.

### **II.2.3. Les enseignes en toiture :**

2.3.1. Elles sont interdites dans toutes zones délimitées ZP1, ZP2, ZP3 et ZP4 du présent règlement.

### **II.2.4. Les enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol :**

2.4.1. Dans les zones ZP1, ZP2 et ZP4, elles sont limitées à une unité par activité et, dans le cas d'une façade supportant déjà une enseigne, sous réserve qu'elles puissent être implantées à au moins de 3 m de celle-ci.

2.4.2. Dans le cas d'un immeuble bordant plusieurs espaces publics, il peut être autorisé une enseigne par alignement, sous condition qu'elles ne rentrent pas en covisibilité permanente depuis lesdits espaces publics.

2.4.3. Dans le cas d'un immeuble regroupant plusieurs activités, elles doivent être supportées par un seul et même dispositif et doivent observer les mêmes dimensions dans les limites autorisées par le présent règlement.

2.4.4. S'il y a, le support sera traité sobrement, en se rapprochant des teintes de gris sombre (type RAL 7000 à RAL 8019).

2.4.5. Dans la zone ZP1, la surface unitaire des enseignes posées au sol est limitée à 1,20 m<sup>2</sup>.

2.4.6. Dans les zones ZP2 et ZP4, la surface unitaire des enseignes posées au sol est limitée à 6 m<sup>2</sup>, et doit être contenue dans les gabarits maximums suivants :

- jusqu'à 6 m de haut lorsqu'elles font 1 m de large ou plus.
- jusqu'à 8 m de haut lorsqu'elles font 0,75 m de large ou moins.

### **II.2.5. Les enseignes lumineuses :**

2.5.1. Les caissons lumineux, à l'exception des symboles officiels ministériels, des « carottes » de bureau de tabac et des croix de pharmacie, les enseignes numériques ou encore à faisceau de rayonnement laser sont interdits.

2.5.2. Aucune enseigne ne doit, par son intensité, éblouir, présenter des dangers ou causer un trouble excessif aux personnes, nuire à leur santé ou porter atteinte à l'environnement. L'éclairage de l'enseigne doit se limiter au seul besoin de sa lisibilité nocturne.

2.5.3. Les éclairages clignotants sont interdits, à l'exception de ceux utilisés pour les enseignes de pharmacie ou des services d'urgence de santé.

2.5.4. Lorsque l'établissement n'est pas en activité, les enseignes lumineuses doivent être éteintes de 23 heures à 7 heures. En dehors de cette plage horaire, elles peuvent être allumées tout au plus 1 heure avant et après l'ouverture de l'activité ; notamment pour les établissements de nuit autorisés.

2.5.5. Les dispositifs d'éclairages indirects des enseignes doivent être dissimulés dans les dessins architecturaux des façades. Dans tous les cas, ils doivent être de petites dimensions et de teintes sombres ou se confondre avec celles de leurs supports.

2.5.6. Dans le cas d'un système de rétroéclairage par leds ou rubans de leds, il doit être prévu un chant diffusant intégré occultant la visibilité directe des dites leds.

### Article 3 : Dispositions applicables aux préenseignes :

*Les dispositions du présent article précisent les règles particulières applicables aux préenseignes dans les différentes zones du présent règlement. Elles s'appliquent conformément aux définitions rappelées au titre I et complètent, le cas échéant, les prescriptions générales applicables à l'ensemble des dispositifs.*

*II.3.1. À l'exception des supports ou dispositifs installés à titre accessoire sur du mobilier urbain, tous types de préenseignes sont interdits au sein des zones délimitées ZP3 et ZP4 du présent règlement.*

*II.3.2. En zone ZP1, seules les préenseignes liées aux activités de restauration (de type chevalet, pupitre ou porte-menu) ou aux activités pour lesquelles les locaux sont non visibles depuis l'espace public (P.ex. locaux en retrait, sous porche, etc.) sont autorisées. Elles peuvent être admises sur le domaine public, sous réserve d'avoir fait l'objet d'une autorisation préalable et d'être situées à proximité immédiate des établissements qu'elles renseignent. Dans ce cas, elles sont limitées à une unité par établissement et ne doivent pas être installées à perpétuelle demeure.*

*En zone ZP1, seules sont autorisées les préenseignes destinées à signaler des activités implantées dans le périmètre d'application du présent règlement, lorsque leurs locaux ne sont pas directement visibles depuis l'espace public ou que leur accès ne peut être aisément identifié.*

*II.3.3. Lorsqu'elles sont implantées sur le domaine public, elles doivent être régulièrement autorisées au titre de son occupation, être situées à proximité immédiate de l'établissement signalé, être limitées à une unité par établissement et ne pas être installées à demeure.*

*II.3.4. En zone ZP2, les préenseignes peuvent être admises sur le domaine public, sous réserve d'avoir fait l'objet d'une autorisation préalable et qu'elles soient implantées sur des points de regroupement spécialement prévus à cet effet par l'autorité compétente.*

**Version amendée suivant les réponses  
apportées aux contributions publiques  
formulées lors de l'enquête publique. Voir  
aussi réponses au PV de synthèse.**

Version amendée suivant les réponses  
apportées aux contributions publiques  
formulées lors de l'enquête publique. Voir  
aussi réponses au PV de synthèse.

# La Gacilly

Glénac • La Chapelle-Gaceline • La Gacilly

## RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

K.urban - B.E. I.D.E.A.L. - Baizeau Architecte  
Agence COUASNON - Chroniques Conseil - DM.EAU

