

Commune de Loches, Indre-et-Loire

Règlement local de publicité

Rapport de l'enquête publique

Enquête tenue du 04 septembre au 06 octobre 2023

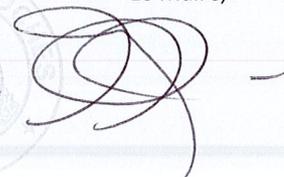
Commissaire enquêteur : C. Calenge

Vu pour être annexé à la délibération du
Conseil Municipal en date du :

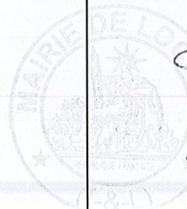
1^{er} décembre 2023

Approuvant le RLP de la ville de Loches

Le Maire,



Marc ANGENAULT



Envoyé en préfecture le 05/12/2023

Reçu en préfecture le 05/12/2023

Publié le



ID : 037-213701329-20231205-2023_12_82DCM-DE

Rapport



Table des matières

1 L'origine de l'enquête publique	2
1.1 Le règlement local de publicité	2
1-2 Le contexte de l'enquête publique	3
1-3 Le projet de Règlement local de publicité de Loches.....	3
2 L'enquête	4
2-1 La mise en place de l'enquête.....	4
2-2 Le dossier d'enquête	5
2-3 La publicité de l'enquête.....	6
2-4 Le bilan de l'enquête.....	9
3 L'analyse de l'enquête	9
3-1 Les contributions.....	9
3-2 Le bilan	10
3-3 Le procès-verbal et la réponse de la ville.....	11

1 L'origine de l'enquête publique

1.1 Le règlement local de publicité

La ville de Loches n'est guère à présenter. Située sur l'Indre au sud de la Touraine, elle possède un patrimoine architectural remarquable, essentiellement médiéval et Renaissance. Ce patrimoine forme un ensemble imposant dominé par le château ; il n'est pas figé et constitue le centre vivant de la ville, avec les administrations et les commerces entre autres ; il est en partie piétonnier.

Loches s'est en conséquence dotée très tôt d'un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur dont la première version date de 1979. Ce secteur sauvegardé a été agrandi en 2016 et le Plan est actuellement en cours de révision. Si le tourisme patrimonial est logiquement une ressource importante, c'est aussi une sous-préfecture et une petite ville dynamique d'un peu plus de 6 000 habitants. Elle est le pôle d'une très vaste intercommunalité : Loches-Sud Touraine, de 67 communes et plus de 50 000 habitants. La ville de Loches compte donc moins de 10 000 habitants dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants : c'est une des catégories visées par les dispositions du Règlement national de publicité.

La ville de Loches a souhaité créer un règlement local de publicité et a pris lors du conseil municipal du 19 mars 2021 une délibération en ce sens. Un règlement local de publicité est un document prévu par l'Engagement national pour l'environnement, dit Grenelle II. Il fixe une adaptation du Règlement National aux spécificités locales. La deuxième particularité d'un RLP est que sa police relève directement du Maire, tant pour la délivrance des autorisations que pour leur surveillance et leur police, alors que cette police revient à la Préfecture dans le cas du Règlement national.

L'élaboration d'un RLP suit une procédure identique à celle d'un Plan local d'urbanisme, auquel il est d'ailleurs annexé. Les objectifs d'un règlement local de publicité sont donc d'adapter les règles nationales à un contexte local, notamment dans le cadre de la préservation paysagère et patrimoniale. Ce que rappelle le texte de loi (service public.fr) :

« Ainsi, le règlement peut appliquer, dans les zones qu'il définit, une **réglementation plus restrictive** que les prescriptions de la réglementation nationale, par exemple :

- Limiter le nombre et le format des dispositifs publicitaires muraux
- Interdire les publicités scellées au sol et limiter les dispositifs numériques
- Interdire les publicités murales dans les espaces boisés classés et les zones naturelles à protéger figurant dans le plan local d'urbanisme (PLU) : Document communal ou intercommunal de planification de l'urbanisme qui détermine les conditions d'aménagement et d'utilisation des sols. Il définit, pour chaque terrain, les règles d'urbanisme applicables. Dans le cadre de la réglementation nationale, seuls les dispositifs scellés au sol sont interdits dans ces espaces.

Le règlement local de publicité peut également prévoir une **réglementation plus souple**, par exemple :

- Déroger à l'interdiction des publicités aux abords des monuments historiques, des sites patrimoniaux et des réserves naturelles
- Déroger à l'interdiction des publicités hors agglomération en les autorisant à proximité immédiate des centres commerciaux exclusifs de toute habitation. »

Sauf exceptions dûment explicitées le règlement local est donc par définition plus restrictif que le règlement national.

1-2 Le contexte de l'enquête publique

L'élaboration du règlement local de Loches a été entreprise depuis deux années en fait. Dans le cadre de la consultation du public l'association Paysages de France est intervenue. C'est une association agréée par l'état dont les buts sont de « *protéger, réhabiliter et valoriser les paysages urbains et non urbains, ces derniers constituant une part essentielle du "patrimoine commun de la nation". Pour ce faire, elle lutte contre toutes les atteintes au paysage et au cadre de vie et contre toutes les formes de pollution, notamment visuelle, dans les paysages urbains et non urbains, y compris maritimes et aériens. Elle veille au strict respect de l'ensemble des textes législatifs et réglementaires qui concernent la protection et la défense des paysages, ou y contribuent. À cet effet, elle se propose notamment de lutter contre les atteintes au cadre de vie constituées par les dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes.* (site .internet de l'association)

Cette association avait remarqué que des panneaux fixés au sol dits « sucettes » n'étaient pas selon elle conformes à la loi. Sans attendre la réalisation du RLP elle a déposé plainte en mars 2020 auprès du Tribunal administratif contre la Préfecture d'Indre-et-Loire, chargée de la police des infractions au Règlement national de publicité.

Elle avait en effet relevé en juin 2019 des dispositifs publicitaires non-conformes et estimé en janvier 2020, après sept mois, que trop de dispositifs publicitaires non-conformes restaient en place. La ville de Loches avait toutefois commencé à se mettre en conformité comme il a été constaté à plusieurs reprises par l'Inspection de l'environnement.

Bien que la Préfecture d'Indre-et-Loire ait conclu au rejet des demandes de l'association Paysages de France, elle a été condamnée par le Tribunal Administratif d'Orléans le 30 mai 2022. La ville de Loches a le 28 juillet 2022 demandé au Tribunal de revenir sur sa décision et le 01 août de surseoir à l'exécution du jugement.

C'est dans ce contexte que la ville de Loches a entrepris la mise en œuvre d'un Règlement local de publicité dès mars 2021. Cette démarche vise donc à adapter le Règlement national au contexte local, notamment au vaste secteur patrimonial protégé. L'objectif d'un RLP est de diminuer l'impact publicitaire.

Dans le cadre de la concertation préalable à l'élaboration du RLP l'association Paysages de France a maintenu logiquement sa position, la ville de Loches s'appuyant sur une interprétation différente du Code de l'environnement et affirmant sa volonté de réglementer la publicité.

1-3 Le projet de Règlement local de publicité de Loches

Le dossier tel qu'il est présenté à l'enquête rappelle tout d'abord le contexte local, puis expose de façon détaillée le Règlement national de publicité. Ce rappel est évidemment opportun puisque c'est par rapport à ces règles que le Règlement local va être élaboré.

Ensuite le dossier de présentation énonce le diagnostic de terrain, soit l'état concret réalisé en été 2021 de la présence publicitaire dans le périmètre de la commune de Loches. Ainsi 570 dispositifs ont été relevés sur le territoire, dont 82% d'enseignes. Le rapport fait état des dispositifs non conformes, soit 21% des enseignes, 70% des publicités, et un tiers des préenseignes. Des exemples sont proposés sur plusieurs pages. Le constat est ensuite résumé : un centre historique avec une forte présence publicitaire, liée notamment à la densité commerciale ; un tissu urbain sans enjeux caractérisés ; des espaces à vocation économique en partie surchargés de publicités notamment en entrée de ville.

Le dernier chapitre expose les objectifs et les règles à prendre pour les satisfaire. Les six objectifs sont :

- Décliner et adapter le RNP
- Améliorer « *l'image et l'attractivité du territoire* » en réglementant l'affichage des axes et entrées de ville, dans le centre ancien et les zones d'activités
- Mettre en valeur le patrimoine et les monuments
- Chercher un équilibre entre « *l'environnement visuel et l'activité économique* »
- Limiter les dispositifs lumineux et inciter à leur extinction nocturne
- Prendre le contrôle des installations et de la police

Déclinés par zone cela donne :

- Secteur patrimonial, abord des monuments historiques et faubourgs : pas de publicité y compris lumineuse hors du mobilier urbain
- Entrées de ville principales : publicité maîtrisée et pas de publicité lumineuse
- Espaces économiques et d'habitat : pas de publicité lumineuse, maîtriser les préenseignes et les publicités

Le dossier énumère ensuite ces principes par type de publicité et type d'espace prédéfini.

En ce qui concerne le mobilier urbain, dont l'enjeu est sensible, il est fait référence au Règlement national, et de plus il est introduit dans ces espaces une publicité accessoire par enseignes limitée et encadrée, permettant un passage libre sur le trottoir (1m40), et par des dispositifs non éclairés. Les annonces numériques seront interdites, les autres limitées dans le temps et « *en cohérence avec la qualité architecturale* ».

Pour conclure le dossier présente les apports de la concertation : les modalités, les outils et un bilan.

Un tableau de synthèse des règles par zones et type de publicité termine le dossier.

Il est donc à retenir que ce projet permet tout d'abord une connaissance de l'ensemble des dispositifs publicitaires, et d'établir un diagnostic, qui conclut à une trop forte présence de la publicité. Le Règlement local projette donc de limiter et d'encadrer les dispositifs visuels, ce qui est en cohérence avec les principes d'un Règlement local. La mesure la plus notable est l'interdiction des publicités numériques lumineuses ; il faut noter aussi l'encadrement des publicités par enseigne, notamment le mobilier urbain en espace patrimonial.

2 L'enquête

2-1 La mise en place de l'enquête

Suite à la concertation et à l'élaboration du dossier la commune de Loches a adressé en juin 2023 au Tribunal administratif d'Orléans une demande de désignation d'un commissaire enquêteur : par décision E23000091 / 45 du 07 juin 2023 le Tribunal administratif a désigné M. Calenge Christian.

Rendez-vous a été pris pour le 30 juin 2023 à 14h30 avec la ville de Loches, notamment le chef du Service Aménagement M. Gasser.

Lors de cet entretien plusieurs points ont été abordés. L'historique du projet de RLP a été parcouru. Le contexte judiciaire a été présenté. La demande de tierce opposition de la commune au jugement du 30 mai 2020 a été expliquée. M. Gasser a annoncé présenter le dossier de Règlement Local devant la Commission départementale de la nature, des paysages et sites le lundi suivant à Tours.

Le commissaire enquêteur a ensuite évoqué les modalités de la mise en place de l'enquête.

L'été étant peu propice à une bonne information et participation du public, l'enquête a été fixée du 04 septembre à 09h au 06 octobre 2023 à 17h, soit 32 jours.

Les permanences ont été fixées comme suit :

- Le lundi 04/09 de 9h à 12h
- Le mercredi 13/09 de 9h à 12h
- Le jeudi 21/09 de 14h à 17h (jour de marché)
- Le vendredi 06/10 de 14h à 17H

Le commissaire enquêteur a rappelé les dates d'affichage et de publicité dans la presse. Il a demandé quelles autres mesures de publicité seraient prises. Il s'est informé des avis des personnes publiques associées.

Le 21 août, soit quinze jours avant le début de l'enquête, le commissaire enquêteur s'est rendu à Loches :

- Il a vérifié l'affichage de l'avis d'enquête.
- Il a paraphé le registre et le dossier d'enquête.
- Il a vérifié la parution dans la presse de l'avis d'enquête

Le commissaire enquêteur a eu par ailleurs un entretien avec le service compétent en matière de publicité à la Direction départementale des territoires d'Indre-et-Loire le 10 juillet 2023.

2-2 Le dossier d'enquête

Le dossier soumis à l'enquête publique est complet. Il comprend :

- Le rapport de présentation de 80 pages plus des annexes
- Une partie réglementaire
- Le bilan de la concertation préalable
- Deux cartes à fond cadastral indiquant les différentes zones soumises à un règlement particulier, les éléments patrimoniaux et sites inscrits
- L'arrêté fixant le périmètre et les limites de l'agglomération de la commune de Loches
- Les pièces complémentaires soit l'avis des personnes publiques associées, et les délibérations du Conseil municipal

Le rapport de présentation énonce le contexte local, explicite le Règlement local de publicité et ses enjeux, expose un diagnostic de terrain, présente les orientations du RLP, et résume les apports de la concertation du public. Il se termine par une appréciation générale du projet et un tableau de synthèse des règles locales envisagées.

Il compte aussi quatre documents annexes : le plan de zonage « publicité et préenseignes », le plan de zonage « enseignes », l'arrêté fixant les limites de l'agglomération et la carte associée, et enfin un lexique explicitant le vocabulaire particulier employé.

Ce dossier est donc particulièrement complet. Le public a eu à sa disposition une information abondante. L'objet même de l'enquête suppose un vocabulaire technique et des précisions réglementaires fournies qui demandent parfois une lecture attentive. Le lexique était donc bienvenu.

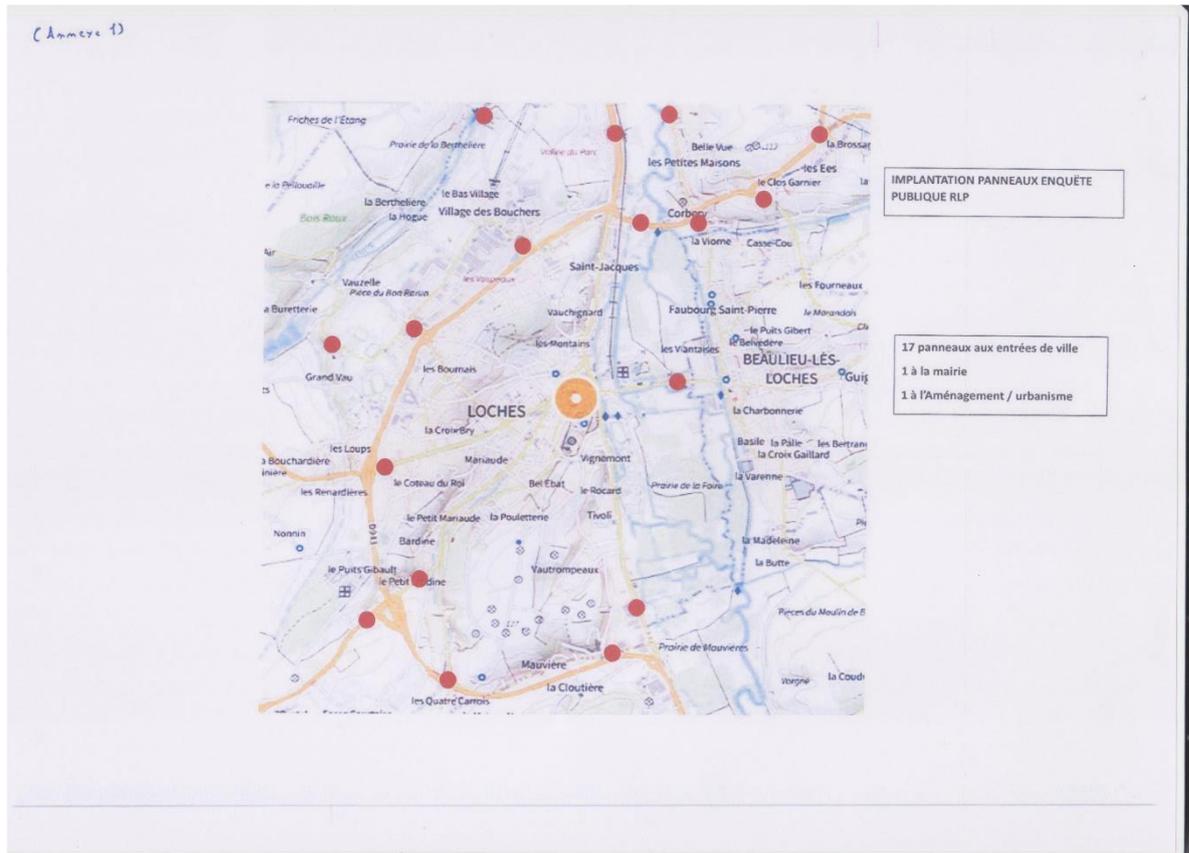
Ce dossier est particulièrement complet. Le public a eu à sa disposition une information abondante et explicitée.

2-3 La publicité de l'enquête

L'enquête a fait l'objet d'une publicité fournie. -

L'avis d'enquête a été publié dans la presse, soit La Nouvelle République du Centre Ouest et la Renaissance Lochoise, deux semaines avant le début de l'enquête et une semaine après, les 21 août et 11 septembre 2023.

L'affichage de l'avis a été assuré en de nombreux points :



Cet affichage a été maintenu durant toute la durée de l'enquête, ce qui a été vérifié par la police municipale. Son procès-verbal figure en annexe.

Le dossier d'enquête et tous les documents annexes (arrêtés, cartes...) ont été mis en ligne sur le site internet de la ville. Il était possible de déposer un avis sur une adresse courriel dédiée.

La ville de Loches a également fait appel à la société Préambles pour organiser sur son site propre la gestion informatique de l'enquête. Cette société a mis en service un espace dédié comprenant une partie accessible au public : l'ensemble des documents qu'il était possible de télécharger, un registre électronique, et une partie réservée au commissaire enquêteur et à la ville de Loches, soit la gestion des contributions et les données statistiques.

Il est à souligner que le quotidien la Nouvelle République a fait paraître le 04 octobre en cours d'enquête un article signé B. Bouchet présentant celle-ci :

LOCHES

Loches : le règlement local de publicité fait débat

Publié le 04/10/2023 à 18:22 | Mis à jour le 04/10/2023 à 19:52



Dans le viseur de l'association Paysages de France, les enseignes publicitaires lumineuses chez certains commerçants du centre-ville de Loches.
© Photo NR

Alors que l'enquête publique sur le règlement local de publicité touche à sa fin, des contributions ont déjà été déposées sur le registre dématérialisé en ligne.

Depuis le 4 septembre dernier et jusqu'au vendredi 6 octobre, 17 h, le Règlement local de publicité (RLP) de la Ville de Loches est soumis aux avis d'une enquête publique.

Sur le registre dématérialisé disponible sur Internet, trois contributions ont été déposées ces derniers jours ⁽¹⁾. La première émane de Jean-Marie Delalande, délégué régional pour le Centre-Val de Loire et vice-président national de l'association environnementale Paysages de France.

« Un effet de banalisation néfaste »

Dans un dossier de 10 pages, déposé le 27 septembre dernier, le représentant associatif souligne d'emblée que « l'une des mesures positives du RLP de Loches est sans nul doute l'interdiction de toute publicité lumineuse, bien que cela manque de clarté concernant la publicité sur mobilier urbain ».

L'association pointe néanmoins une première contradiction : « Le règlement propose d'installer de la publicité dans des lieux qui sont normalement protégés par le Code de l'environnement. Dans le rapport de présentation, la Ville reconnaît que 70 % des publicités actuelles dans le centre-ville historique sont non conformes [...] mais qu'en raison du contexte local, à savoir la présence de nombreux commerces qui participent au cadre de vie, cette interdiction est relative. Pourquoi donc le législateur aurait-il pris des mesures spécifiques concernant les zones patrimoniales ? », s'interroge Paysages de France.

> **À LIRE AUSSI.** Loches : le projet de règlement local de publicité a été arrêté

Selon elle, « cela crée un effet de banalisation qui apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui. Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc. et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent. Il convient de remarquer qu'une majorité de ces publicités comportent des mentions réglementaires (telles que « Jouer comporte des risques » ou encore « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé ») attestant explicitement du caractère néfaste du message publicitaire ».

Un peu plus loin dans sa longue et riche contribution, Paysages de France préconise également « d'imposer l'extinction des enseignes lumineuses une heure après la fermeture de l'établissement jusqu'à une heure avant l'ouverture et d'interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines ».

La seconde contribution émane d'un Lochois, Éric Vandecasteele : « Compte tenu de la spécificité de la commune de Loches (en particulier sa haute valeur patrimoniale) et de son environnement, l'ensemble des orientations du RLP m'apparaît, en tant que Lochois, plus que satisfaisant. Reste toutefois leur traduction dans les faits », indique-t-il avant de s'interroger sur l'application de sanctions sur les 70 % de publicités actuellement non conformes. « Le maire possédant le contrôle des dispositifs de police, une question demeure donc, celle de l'application de ce règlement. »

Enfin la troisième contribution (anonyme) fait état du support de communication de certains panneaux publicitaires pour l'annonce d'initiatives et d'événements locaux. « Il est impératif de garder ou trouver des solutions pour que les porteurs de projets qui participent au développement culturel local et au dynamisme du Sud-Lochois puissent continuer à informer le public avec la mise en place d'affiches sur le territoire. Les panneaux officiels ne sont pas suffisants, et pas assez nombreux [...] et les grosses manifestations l'emportent sur les plus petites. Il est difficile de communiquer, aussi supprimer les moyens existants et ne plus tolérer l'affichage dit « sauvage » serait dommageable pour les organisateurs et aussi pour le public. »

(1) Au mercredi 4 octobre 2023, 12 h.

La publicité a donc été assurée par des moyens matériels et dématérialisés, et le public a eu à disposition tant les dossiers sous les deux versions que les registres pour y déposer des avis et contributions.

2-4 Le bilan de l'enquête

Cette enquête a rencontré un intérêt soutenu. Le site maintenu par Préambules, ouvert automatiquement le 04 septembre à 09 h, a été beaucoup visité.

Cependant les permanences tenues par le commissaire enquêteur ont été très calmes, puisqu'il n'y a eu qu'une seule visite lors de la dernière permanence, celle de M Gaète pour le groupe d'opposition municipale « l'Elan collectif ». Deux personnes ont déposé hors des permanences un avis dans le registre papier, au dernier jour de l'enquête.

Ce sont donc les sites internet qui ont recueilli la plus grande part de la participation. Le dossier mis en ligne par Préambules a retenu 1465 visites et 291 téléchargements. Seize contributions ont été déposées. C'est beaucoup et cela démontre un intérêt soutenu du public.

L'enquête a donc recueilli 19 contributions au total.

Le 06 octobre 2023 l'enquête a été close à 17h. Le registre en ligne du site Préambule s'est clos automatiquement à 17h également.

L'enquête s'est déroulée dans la sérénité. L'accueil en mairie par le service Aménagement a été parfait.

3 L'analyse de l'enquête

3-1 Les contributions

Les diverses contributions offrent une certaine diversité de points de vue, de l'opposition franche à l'approbation. La plupart sont constructives et proposent des modifications du projet, dans un sens plus restrictif ou au contraire plus permissif. C'est là un sujet de satisfaction.

Divers publics se sont à l'évidence mobilisés : l'association Paysages de France bien sûr, suivie plus ou moins par des particuliers et des élus ; les commerçants ; les affichistes ; et quelques particuliers.

1 : Treize contributions proposent de maintenir voire de développer l'affichage publicitaire. Cinq d'entre elles émanent de commerçants, et deux avis anonymes aussi vraisemblablement. Ces contributions mettent en avant la nécessité de la publicité pour maintenir et développer l'activité commerciale. Un avis, anonyme lui aussi, met en avant la nécessité d'informer des projets culturels et associatifs, les panneaux officiels étant jugés insuffisants. Cet avis demande même de tolérer l'affichage « *dit sauvage* ».

2 : Un avis, celui de M. Éric Vandecasteele, approuve et estime que « *l'ensemble des orientations me paraît satisfaisant* ». Cependant il s'interroge sur les moyens de police qui seront mis en œuvre pour faire appliquer le futur Règlement local de publicité.

3 : Cinq avis émettent une opposition ferme au projet de RLP.

M. Gaète, pour le groupe d'opposition municipale « l'Elan collectif » a déposé après un entretien assez long avec le commissaire enquêteur un cahier de dix pages offrant une contribution graphique s'appuyant sur la Plan de sauvegarde et de mise en valeur pour demander des restrictions supplémentaires de la publicité dans le futur RLP. Il demande notamment en conclusion d'interdire

« complètement l'affichage publicitaire sur mobilier urbain dans le secteur sauvegardé et dans un périmètre de 500 m des monuments historiques. »

M. Bosser approuve la position de l'association « Paysages de France », souhaite la limitation de la publicité et l'interdiction de la publicité lumineuse.

M. Martin plaide pour la sobriété énergétique et se demande pourquoi autoriser les publicités lumineuses. Il déplore la multiplication du mobilier urbain sur les trottoirs ; toutefois « *il faut bien sûr qu'il y ait des panneaux d'information libre pour annoncer les évènements sur la commune* ».

Mme Suzanne, conseillère municipale, déclare apporter toute sa sympathie à la contribution de Paysages de France. Elle reprend la remarque que cette association fait dans le mémoire qu'elle a remis sur une écriture fautive de l'article R.581-47 du Code de l'environnement.

Paysages de France a déposé un long texte en forme de memorandum de dix pages denses et structurées. Les têtes de chapitre résument l'orientation générale :

1 Quelques mesures positives, noyées dans un règlement du siècle précédent ; 2 Déconstruction des mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement ; 3 Présentation du projet ; 4 Publicités sur les murs : des formats incompatibles avec une protection de l'environnement ; 5 Règle de densité sur unité foncière trop laxiste ; 6 Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain ; 7 Des enseignes sur façades démesurées ; 8 Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires ; 9 Des enseignes scellées au sol inutiles ; 10 Des enseignes sur toitures énormes ; 11 Enseignes sur clôture ; prévenir les abus ; 12 Des enseignes temporaires à régler ; 13 Des enseignes temporaires qui durent... ; 14 Des dispositifs que la collectivité est enfin en droit de régler ; 15 Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines ; 16 Interdire les enseignes numériques, autoriser uniquement celles éclairées par projection ou transparence, limitées à 1m² ; 17 Adapter en conséquence le rapport de présentation.

Page 3 du document l'Association relève une erreur d'écriture de l'article R.581-47 du Code de l'environnement, erreur qui ne semble pas anodine puisqu'elle infère une possible interprétation opposée du texte.

D'une façon générale ce document fait de nombreuses propositions de changement du projet de Règlement local de publicité toutes dans un sens restrictif. Cette position correspond aux objectifs déclarés de l'association. Malgré la longueur du texte, il a été intégralement reproduit en annexe pour son intérêt.

3-2 Le bilan

La commune de Loches a choisi de créer un Règlement local de publicité, démarche évidemment utile sinon nécessaire. C'est aussi une façon de réagir au contexte juridique en apportant une réponse globale et en dépassant le problème ponctuel soulevé par Paysages de France à propos du mobilier urbain en secteur sauvegardé. De ce point de vue l'adoption d'un Règlement local de publicité améliorerait nettement le contrôle des dispositifs et les adapterait opportunément au contexte local particulier de Loches.

L'enquête a suscité un intérêt marqué. Les réactions se sont souvent accompagnées de demandes ou de propositions.

La limitation d'ensemble des dispositifs inquiète les commerçants et les professionnels de l'affichage. C'est logique ; toutefois exercer un commerce ou une activité professionnelle dans un secteur sauvegardé implique clairement une adaptation des modalités de cet exercice. C'est une particularité

remarquable de la ville que le centre patrimonial soit encore le centre de vie et d'animation. Cela implique un certain respect des lieux.

Les Personnes publiques associées ont été consultées en préalable à l'enquête publique.

La Direction départementale des territoires a émis des observations écrites. Principalement :

« Page 73 du rapport de présentation, et page 14 du règlement, il est fait mention de l'article R.581-47 du Code de l'environnement qui permettrait d'introduire de la publicité dans les SPR et en PPMH. En effet l'article 17.2 du Règlement du RLP dispose qu'une publicité peut être autorisée si sa superficie n'est pas supérieure à 2m2. Il appartient à la ville de Loches de démontrer de quelle manière l'article R.581-47 du Code de l'environnement permet de déroger à l'article R.581-8 du même Code. Aussi, afin de sécuriser juridiquement le document, cette dérogation devra être justifiée dans le rapport de présentation et ses modalités d'application explicitées dans le règlement.

La Commission départementale de la nature, des paysages et des sites a émis le 03 juillet 2023 un avis favorable.

Par ailleurs, l'association Paysages de France, suivie plus ou moins par des citoyens et l'opposition municipale, maintient son opposition. C'est là aussi logique. Au-delà du ton qui reste un peu polémique dans la contribution de l'association, alors que le mémoire du groupe « l'Elan collectif » reste très courtois, comme la plupart des autres contributions, des propositions sont faites. Celles de M. Delalande pour Paysages de France sont nombreuses et détaillées. Le commissaire enquêteur, malgré la longueur du texte, les insère en annexe du rapport afin de les présenter in extenso.

C'est sur ces constats que le commissaire enquêteur a rédigé un procès-verbal de l'enquête.

3-3 Le procès-verbal et la réponse de la ville

Le procès-verbal rédigé au lendemain de la clôture de l'enquête a été remis à Mme Gervès, première adjointe, en mains propres le 11 octobre :

Règlement local de publicité de Loches

Procès-verbal de l'enquête publique

M. Angenault

Maire de Loches

M. Calenge

Commissaire enquêteur

Tours le 07 octobre 2023

Monsieur le maire

Par une délibération 2021/05/n°40 du Conseil municipal, vous avez mis en œuvre la réalisation d'un Règlement Local de Publicité pour votre commune. Après concertation avec les services de l'état, et

Rapport de l'enquête publique sur le Règlement local de publicité de Loches

Septembre-octobre 2023

avec le public, vous avez présenté à l'enquête publique un dossier. Le Tribunal administratif par décision n°E2300091/45 datée du 07 juin 2023 m'a désigné pour mener cette enquête publique.

Celle-ci a été organisée en concertation avec les services communaux, en parfaite entente, et s'est tenue du 04 septembre au 06 octobre. Quatre permanences de trois heures chacune ont été tenues dans les locaux du service d'urbanisme. La publicité a été faite dans les règles : affichage de l'avis, publication dans la presse, publication sur le site internet de la commune. Un registre papier a été tenu à disposition du public aux jours et heures ouvrables ; une adresse électronique a été également ouverte. La société Préambules a mis en ligne le dossier et un registre électronique. L'enquête s'est donc tenue régulièrement et dans la sérénité.

Le bilan de cette enquête fait état d'un grand intérêt. 1465 personnes ont consulté le site Préambules ; 291 ont téléchargé un ou plusieurs documents. Le registre a reçu 16 contributions, plusieurs enrichies de pièces jointes. Le registre papier a reçu deux contributions. J'ai reçu un visiteur qui a déposé un dossier au registre. Il faut se féliciter d'un tel intérêt.

Treize contributions appuient le projet de RLP. Plusieurs émanent de commerçants, d'autres des personnels des sociétés d'affichage. Cinq s'opposent fermement au projet. Deux émanent de l'association Paysages de France, deux autres de membres du Conseil municipal. Une seule contribution émet un avis nuancé.

Trois avis ont retenu mon attention.

1 - M. Vandecasteele a écrit le 29 septembre : « *Compte tenu de la spécificité de la commune de Loches (en particulier sa haute valeur patrimoniale) et de son environnement, l'ensemble des orientations de RLP m'apparaît, en tant que Lochois, plus que satisfaisant. Reste toutefois leur traduction dans les faits : Le Rapport de présentation indique que le règlement en vigueur en 2023 n'est respecté qu'approximativement : la moitié des informations non-publicitaires n'y sont pas conformes. Le maire possédant le contrôle de police, une question demeure donc, celle de l'application de ce règlement* ».

Il me semble que cette interrogation est pertinente, et qu'il convient de préciser la mise en œuvre de l'application du futur règlement, afin d'éclairer la rédaction du rapport.

2 - L'association Paysages de France, par le mémoire déposé par M. Delalande le 27 septembre, fait une lecture attentive du projet. Elle émet de nombreuses recommandations, qui relèvent de souhaits et donc du choix politique. Plusieurs paraissent de bon sens, et méritent une certaine attention. Mais surtout cette association fait une remarque, reprise par Mme Suzanne dans sa contribution du 05 octobre : la citation dans le projet de règlement de l'article R581-47 du Code de l'environnement est inexacte. Cela appelle donc un éclaircissement, car en l'état cela constitue un obstacle sérieux à l'approbation du RLP.

Plus généralement j'aimerais connaître pour la rédaction du rapport votre appréciation des recommandations émises par les différents contributeurs, notamment mais pas seulement par Paysages de France.

Je vous remercie par avance d'apporter les précisions et avis demandés dans un délai raisonnable afin de permettre la rédaction du rapport d'enquête dans les délais.

Christian Calenge, commissaire enquêteur.

La réponse de la ville est parvenue le 20 octobre. Le commissaire enquêteur a choisi de la reproduire intégralement, la commune ayant fait le choix de répondre à chacune des observations et suggestions figurant au registre d'enquête, allant au-delà des demandes de précision du commissaire enquêteur :

Observations exprimées et réponses de la commune

Les observations du public mettent en évidence des propositions qui vont dans un sens plus restrictif que le projet présenté par la ville de Loches. Ces observations concernent notamment, l'éclairage des dispositifs, leur surface et leur densité, l'existence de la publicité sur les mobiliers urbains. La phase de concertation a permis d'établir un projet associant la collectivité, les usagers, les associations de protection de l'environnement, des commerçants ainsi que les sociétés de publicité extérieure. Chacun de ces acteurs s'est prononcé dans le cadre de l'enquête publique et les réponses que nous pouvons apporter à leurs remarques sont consignées dans l'argumentaire qui suit.

Observation 1 : Jean-Marie DELALANDE (déposée sur le site internet le 27/09/2023)

L'Association « *Paysages de France* » représentée par Monsieur Jean-Marie DELALANDE, son VicePrésident adresse sa contribution au projet de règlement local de publicité de la ville de Loches. Cette association est active dans la protection de l'environnement et la conservation des paysages. Son représentant local a participé activement à la concertation publique en assistant à la réunion publique organisée le 7 décembre 2022 et en transmettant une première contribution de l'association le 8 janvier 2023. Elle intégrait de nombreuses demandes dont la plupart sont reprises dans le nouveau document.

Dans le cadre de l'enquête publique 14 points et préconisations sont émises par l'association elles appellent les réponses visées ci-dessous du porteur de projet :

1/ Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique - Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs - Proscrire les dispositifs numériques derrière les vitrines.

Réponse du Porteur de projet

► *En aucun cas, un RLP ne saurait comporter des restrictions dont la justification ne relèverait pas de la protection du cadre de vie, ce qui serait incontestablement le cas de mesures justifiées par l'incitation « continue à la surconsommation et au gaspillage » Le code de l'environnement et le RLP ne sont pas publiphobes » par principe, mais « protecteurs des paysages ».*

► *L'Association émet des principes généraux que la collectivité a en grande partie pris en compte dans l'élaboration des règles fixées. La densité des dispositifs est plus restrictive que le régime national, le nombre de panneaux par mur étant limité à un, cette limitation a été jugée suffisante par la collectivité pour se prémunir d'un impact trop important de ces dispositifs sur l'environnement. A ce jour, plusieurs formats de publicité sur murs existent dans la commune, le RLP va permettre de n'avoir plus qu'un seul format et avec une densité moindre que l'existant.*

► *La publicité numérique est interdite sur l'ensemble de la commune afin d'être conforme à la réglementation nationale. Le règlement local ne peut proscrire les dispositifs numériques situés à l'intérieur des vitrines mais il peut définir des prescriptions en matière d'emplacement, de surfaces de hauteur, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses. Une plage d'extinction nocturne a été fixée de 23 heures à 7 heures. Cette préconisation concernant la période d'extinction a été étendue par rapport aux règles nationales. Les règles prescrites sont plus strictes que celle prévue par le régime général. En réglementant les plages horaires d'extinction, la collectivité démontre sa volonté d'agir sur cette problématique avec des éléments qui seront facilement vérifiables et pénalisables. La collectivité se donne également le temps d'un bilan des pratiques et de la possibilité à moyen terme de durcir les règles.*

La commune n'a pas pour intention d'interdire la publicité ni de fixer des règles qui seraient si contraignantes qu'elles obligeraient à modifier ou supprimer tous les dispositifs présents (ce qui aurait un impact financier non négligeable dans une période plutôt morose pour les acteurs économiques locaux).

2 / Interdire toute publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8.

Réponse du Porteur de projet

► *Dans les lieux mentionnés à l'article L 581-8 du code de l'environnement la publicité est interdite par principe, le même article du code de l'environnement dispose que le RLP peut déroger à cette interdiction dans le cadre d'un RLP. La collectivité a opté pour le maintien d'une interdiction de toute forme de publicité sur panneau mural ou scellé au sol. C'est également ce qui a été mentionné dans le nouvel appel d'offre pour la concession du mobilier urbain avec une interdiction d'installation de planimètres en site patrimonial remarquable (SPR). En revanche la collectivité a souhaité l'admettre seulement sur le mobilier urbain de petite taille (surface 2 m² et hauteur inférieure à 3m) dans un périmètre restreint du centre-ville eu égard à sa fonction. Ces mobiliers remplissent un service public d'information locale indispensable en cœur de ville. Si la commune n'avait pas relevé cette interdiction relative, l'ensemble des informations locales mises à disposition du public devraient disparaître de ces espaces et en priver les citoyens.*

Enfin leur implantation est soumise à autorisation du Maire et donc à son appréciation au cas par cas. La collectivité en contrôle l'installation dans le cadre de contrat conclu avec un opérateur choisi après mise en concurrence. C'est dans le cadre de ce contrat, que sont fixés les caractéristiques des mobiliers et la détermination de leurs emplacements. De plus, leur implantation est soumise à un double contrôle l'accord préalable de l'architecte des bâtiments de France étant requis avant toute implantation aux abords des monuments historiques.

3 /Ne lister que les mesures différentes de celles du code de l'environnement - Revoir la rédaction de certains articles - Revoir le plan de zonage enseigne en y intégrant tout l'espace non aggloméré - Citer l'article R 581-47 sans modification.

Réponse du Porteur de projet

► *La collectivité a fait le choix de viser des articles du code de l'environnement pour informer les personnes concernées par l'application du RLP et qui ne maîtrisent pas toujours la réglementation de connaître les règles nationales essentielles à respecter.*

► *Les demandes de précisions sont en réalité des demandes de modifications des prescriptions du projet de règlement*

- *Demande d'interdiction de la publicité sur mur de clôture aveugle. La ville accepte cette proposition pour toutes les zones.*
- *Demande de modification des règles de densité en ZP3. La collectivité qui dispose d'un pouvoir réglementaire a opté pour une adaptation des règles aux circonstances locales et a pris en compte la conciliation de la protection du cadre de vie et de la liberté du commerce elle n'est donc pas favorable à apporter de nouvelles restrictions dans les zones d'activité commerciales.*
- *Demande de mention d'une interdiction de l'éclairage par projection ou transparence sur mobilier urbain en toutes zones. La précision peut être apportée pour les articles 18.2 et 19.2 qui ne font que rappeler l'article 6 du règlement pour constater que la publicité lumineuse est interdite quel que soit le support en toutes zones.*

► *Toute activité a la possibilité de bénéficier d'une enseigne quel que soit le lieu, en agglomération ou hors agglomération, dans le respect du règlement national de publicité. Cette règle est bien reprise par*

la commune dans ses dispositions applicables aux enseignes. Elle a fait le libre choix à ne pas réglementer les enseignes hors agglomération. En conséquence la proposition de l'Association visant à davantage de cohérence entre le texte du règlement et le plan de zonage est retenue par l'intégration en ZE B sur la plan de zonage des linéaires routiers importants jusqu'au panneaux de ville.

► L'erreur manifeste de transcription de l'article R 581-47 sera corrigée et il sera remis dans son intégralité dans le corps du texte du règlement RLP

4/Limiter à 2 m² la publicité murale sauf en zone d'activité (4m²) et revoir le plan de zonage en séparant zones d'activités et zones résidentielles

Réponse du porteur de projet

► *La ville n'entend modifier ni le zonage ni la surface des dispositifs. Le choix de la collectivité s'est porté s'agissant des supports muraux sur la limitation de leur nombre par rapport au régime général soit un seul panneau par mur aveugle en ZP2 et ZP3 et sur une surface utile maximale à 4 m². Son objectif est de ne pas déséquilibrer l'économie locale.*

► *S'agissant du zonage l'accent a été mis sur la protection des entrées de ville la commune ne souhaite pas en conséquence redéfinir son zonage. En fixant une règle de densité plus stricte la ville maîtrise les implantations.*

5/ Limiter l'installation de panneaux aux unités foncières de 50 m minimum bordant la voie

publique Réponse du porteur de projet

► *La commune ne souhaite pas réglementer plus les règles de densité et n'entend pas instaurer une contrainte supplémentaire qui vise manifestement à éradiquer toute publicité sur la commune.*

6/ Interdire la publicité sur le mobilier urbain si elle devient légale - Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe. - Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation. - Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)

Réponse du porteur de projet

► *Sur le fond, L'Association Paysages de France prétend que la Commune de Loches ne peut prévoir d'apposer, sur son mobilier urbain, parce qu'au regard des dispositions combinées des articles R 58142 et R 581-31 la publicité est interdite sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.*

La commune entend souligner à titre préalable que le Préfet en tant que personne publique associée a émis un avis favorable sur le projet de règlement de publicité. Il a demandé (point 1.1.2) à la commune, dans le but de parfaire son document, d'apporter des précisions tant dans le rapport de présentation que dans le règlement sur l'article R 581-47 et d'indiquer en quoi cet article permet de déroger à l'article R 581-31 du code de l'environnement qui interdit les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol « dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'article R 581-47 du code de l'environnement comporte les dispositions suivantes : « Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire

supérieure à 2 mètres carrés et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R. 581-31 et R. 581-32 et du premier alinéa de l'article R. 581-33. Ce n'est que lorsque la surface de l'affichage est supérieure à 2 m² et sa hauteur supérieure à 3 mètres au sol que la publicité supportée par le mobilier urbain visé à l'article R 581-47 (type sucette) est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Autrement dit, du fait des dispositions particulières de l'article R.581-47 du code de l'environnement, l'interdiction générale fixée par l'article R.581-31 du code de l'environnement aux dispositifs publicitaires s'applique au mobilier urbain visé à l'article R 581-47 d'une surface supérieure à 2 mètres carrés et s'élevant à plus de 3 mètres au-dessus du sol.

Le droit d'exploiter des mobiliers comportant une publicité qui ne répond pas aux deux conditions cumulatives de surface et de hauteur prévues par le texte découle directement d'une disposition réglementaire qui existe. L'article R 581-47 du code de l'environnement dont se prévaut l'Association Paysages de France sera cité dans le règlement il ne peut avoir pour effet comme tente de le soutenir l'association d'empêcher la commune d'exploiter sur son territoire des mobiliers comportant à la fois des informations publicitaires et des informations non publicitaires (à caractère général ou local ou œuvres artistiques).

La surface de la publicité sur mobilier urbain est limitée sur toute l'agglomération à 2m² adaptée au regard de l'environnement urbain de la commune. Le choix de la face d'information municipale ne relève pas du RLP. La ville ne prévoit pas l'éclairage des dispositifs de mobilier urbain supportant de la publicité. S'agissant de la densité la ville a dans son diagnostic considéré que le nombre de dispositifs sur domaine public était trop élevé. Elle entend maîtriser leur nombre et la détermination des emplacements au travers du contrat avec le prestataire qui sera désigné prochainement.

Elle souhaite préserver cette souplesse et sa liberté en la matière. Elle souligne que des restrictions ont été prévues par rapport au projet actuel. En effet, les élus ont retiré le SPR de la zone d'implantation possible de mobilier urbain pour le prochain marché de concession. La surface est limitée à 2 m² sur l'ensemble du territoire.

L'Association Paysages de France se contente de se référer aux articles R 581-42 et R 581-31 du code de l'environnement sans évoquer la disposition dérogatoire à l'article R 581-31 applicable au mobilier urbain destiné à recevoir des informations générales ou locales ou des œuvres artistiques à savoir celle mentionnée par l'article R 581-47.

Parce que le pouvoir réglementaire n'a jamais eu l'intention d'interdire toute publicité non lumineuse sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires souhaite procéder par voie de Décret à la correction de l'erreur rédactionnelle figurant à l'article R 581-42 de façon à ce que les autres types de mobiliers urbains (articles R 581-43 à R58146 : abris voyageurs, colonnes porte-affiches, mats porte affiches) qui supportent de la publicité dans les agglomérations de moins de 10000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants continuent à pouvoir bénéficier d'une face publicitaire. Ce dont l'Association semble convenir.

7/Pour les enseignes : limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m² et limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m²

Réponse du Porteur de projet

► *Le Code de l'environnement a fixé une règle de proportionnalité entre surface des façades commerciales et surface des enseignes qui y sont apposées. L'application de ces règles qui n'existaient*

pas auparavant suffit à en réduire le nombre. La surface maximale proposée pour les façades commerciales de plus de 50 m² (6 m² au lieu de 4 m² pour celles de moins de 50 m²) est inadaptée aux pratiques de signalisation des grands établissements commerciaux.

8/Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.

Réponse du Porteur de projet

► *La Commune de Loches a déterminé dans son projet une plage d'extinction nocturne identique pour les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses et a retenu en la matière une extinction de 23 heures à 7 heures du matin, elle ne souhaite pas apporter de modification sur ce point.*

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

Réponse du Porteur de projet

► *La proposition ne fixe aucune distance à partir de laquelle il serait considéré qu'une façade est ou non visible depuis la voie ouverte à la circulation publique. Dans certain cas, si la façade est très éloignée de l'alignement, l'enseigne apposée en façade devrait, pour être visible et surtout lisible, atteindre des dimensions peu compatibles avec la protection des paysages. Une telle restriction paraît donc en termes de paysage contre-productive. Dans une telle situation, autoriser une enseigne scellée au sol semble plus respectueux de l'environnement.*

10 / Interdire les enseignes sur toiture en ZEB ou à défaut la limiter à 8m²

Réponse du porteur de projet

► *La commune souhaite maintenir la possibilité d'apposer des enseignes sur toiture. Elle n'a pas fait le choix de les interdire mais d'en réduire la taille avec un maximum de 50 m².*

11 / Limiter les enseignes sur clôture aveugle à un dispositif par tranche de 50 m de linéaire de façade d'une surface maximale de 1,5m²

Réponse du porteur de projet

► *La commune a opté pour l'interdiction des enseignes sur les clôtures non aveugles pour des motifs liés à la protection du cadre de vie, elle ne souhaite pas étendre cette interdiction aux clôtures aveugles afin de ne pas apporter de nouvelles contraintes aux commerçants.*

12 et 13 /Appliquer aux enseignes temporaires les dispositions concernant les enseignes permanentes (RNP)

Réponse du Porteur de projet

► *La qualité, le nombre et les dimensions des enseignes doivent être adaptés à la qualité patrimoniale des différentes zones géographique de Loches et des zones d'activités. Ainsi, le projet de règlement tend à maîtriser la qualité esthétique des enseignes en centre-ville et d'en limiter la densité en secteur commercial. La commune ne souhaite pas aller plus loin dans sa démarche.*

14/Interdire les publicités et enseignes numériques derrière les vitrines.

Réponse du Porteur de projet

► *L'interdiction totale des publicités et enseignes numériques derrière les vitrines est illégal. En effet l'article L 581-14 -4 du code de l'environnement mentionne que le RLP peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation respectent des règles en matière d'horaires d'extinction, de surface de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses mais le législateur n'a pas permis que le RLP les interdise. En conséquence la commune n'entend pas suivre une telle recommandation. En réglementant les plages horaires d'extinction, la collectivité démontre sa volonté d'agir sur cette problématique avec des éléments qui seront facilement vérifiables et pénalisables. La collectivité se donne également le temps d'un bilan des pratiques et de la possibilité à moyen terme de durcir les règles.*

SYNTHESE : Les observations émises, par l'Association Paysages de France montre que le projet n'est pas assez contraignant. La ville souligne qu'un certain nombre de dispositions vont dans le sens d'une restriction des possibilités offertes aux annonceurs par rapport à la réglementation nationale actuellement en vigueur sur la commune. Sa volonté en révisant le projet est d'améliorer l'encadrement

Observation 2 : Mr Vandecasteele Eric (déposée sur le site internet le 29/09/2023)

L'ensemble des orientations lui apparaisse plus que satisfaisant mais il s'interroge au regard des infractions existantes non sanctionnées sur le respect du texte qui sera adopté, notamment via le pouvoir de police du Maire.

Réponse de la commune :

► *A ce jour, en l'absence d'adoption d'un règlement local de publicité, le pouvoir de police de la publicité est exercé sur le territoire communal par le préfet. La Loi « Climat et résilience n°2021-1104 prévoit à compter du 1 er janvier 2024 la décentralisation de cette compétence au Maire avec une possibilité de transfert au Président de l'EPCI compétent en matière de PLU. Les Préfets n'exerceront donc plus les pouvoirs de police de l'affichage. Parce que l'EPCI Loches Sud Touraine n'est pas compétent en matière de PLU, le pouvoir de police relèvera à compter du 1 er janvier 2024 de la commune de LOCHES doté d'un RLP. Dès l'entrée en vigueur du texte la commune sera vigilante quant au respect du texte adopté pour toute nouvelle implantation et ne manquera pas de faire appliquer les règles adoptées (RLP et RNP) dès que la fin de la période transitoire de mise en conformité sera intervenue (2 ans à compter de l'entrée en vigueur pour les dispositifs supportant de la publicité et 6 ans pour les enseignes)*

Observation 3 : Anonyme (déposée sur le site internet le 02/10/2023)

Les panneaux à disposition des porteurs de projet culturel ne sont pas suffisants, pas assez nombreux et difficilement accessibles. De plus ils sont majoritairement pour les grosses manifestations. Il serait donc dommageable de ne plus tolérer l'affichage sauvage.

Réponse de la commune :

► *L'affichage sauvage est interdit par le Code de l'environnement (art. L.581-4, art. R.581-22, art. L.581-24). Le RLP ne peut y déroger. La face institutionnelle du mobilier urbain est essentielle à la ville et aux acteurs culturels pour la visibilité des manifestations et la bonne information des habitants et des touristes. Les panneaux d'expression libre peuvent également recevoir ce type de communication (Art. L.581-16 c.env).*

Observations 4 : Antoine GUITTON (déposée sur le site internet le 04/10/2023 et envoyée par lettre recommandée avec accusé de réception reçue le 11/10/2023)

Le directeur régional de la société JC Decaux rappelle que le mobilier urbain n'est pas un dispositif publicitaire parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire (article R 581- 42 du code de l'environnement) sa fonction principale étant de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers. En outre le mobilier urbain ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens, les recettes publicitaires permettant de financer le modèle et les services qui lui sont rattachés. Il souligne que la commune a pris soin de traiter le mobilier urbain publicitaire comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires dans chaque zone du RLP.

OBSERVATIONS	REPOSE DE LA COMMUNE
<p>La commune a décidé de proscrire le mobilier urbain éclairé par projection ou transparence en ZP1(article 17.2 du RLP) pour permettre aux mobiliers urbains d'être dotés d'une technologie d'éclairage par transparence dans cette zone comme le sont tous les mobiliers urbains déployés au plan national. I sollicite de supprimer le dernier alinéa de l'article 17.2du RLP et de permettre aux mobiliers urbains d'être dotés d'une technologie d'éclairage par transparence dans cette zone</p>	<p>La ville n'est pas réceptive à cette demande et maintient l'interdiction de l'éclairage des mobiliers en ZP1 ainsi que dans toutes les zones (article 6) c'est un choix assumé de la collectivité afin de préserver le cadre environnemental et paysager tel que déterminé dans les objectifs prescrivant l'élaboration du RLP. A noter que le texte du projet de règlement prévoit l'interdiction de la publicité lumineuse tant sur domaine privé que public en agglomération. Pour renforcer la compréhension <u>le texte reprendra expressément cette mention d'interdiction de la publicité lumineuse en ZP2 et ZP3 sur mobilier urbain</u></p>

Observation 5 : Mr André Martin (déposée sur le site internet le 05/10/2023)

Il s'étonne de l'autorisation de publicité lumineuse synonyme de consommation d'énergie. Il souhaite moins de messages gage de moins de consommation et moins de supports sur les trottoirs pour mieux circuler. Il souligne le danger potentiel des publicités qui s'adressent aux conducteurs.

Réponse de la commune

► *La publicité lumineuse sur espace public et privé n'est pas admise. La commune ayant une forte vocation touristique le maintien des enseignes éclairées participe à l'animation de la ville. Il est toutefois prévu dans le RLP une réduction de la plage horaire d'éclairage autorisée (23H00 / 7H00). Le nombre de mobiliers urbains a été diminué dans le cadre de la concession de services en cours d'attribution. Les implantations sur le domaine public, se feront dans le respect des règles d'urbanisme et de cheminement en vigueur et notamment l'arrêté du 15 janvier 2007 portant application du décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006.*

Le code de la route permet d'interdire tous dispositifs de nature à attirer l'attention des automobilistes dans des conditions dangereuses. Le règlement local de publicité ne peut pas fixer de règles sur ce point.

Observation 6 : Mme Marie-Nicole Suzanne (déposée sur le site internet le 05/10/2023)

Mme Suzanne, *conseillère municipale d'opposition et conseillère communautaire* adhère sans réserve à la contribution de l'association paysages de France et notamment sur la mauvaise transcription de l'article R 581-47 et les remercie pour leur travail. La publicité pour elle est un appel à la consommation au-delà du nécessaire et tend au gaspillage. La publicité lumineuse est une source de gaspillage énergétique. La densité de panneaux sur domaine public empêche une bonne circulation des piétons ou des vélos.

Réponse de la commune

► *Les réponses apportées à la contribution n°1 s'applique également aux remarques énoncées cidessus. Pour ce qui est des cheminements, les implantations sur le domaine public, se feront dans le respect des règles d'urbanisme et de cheminement en vigueur et notamment l'arrêté du 15 janvier 2007 portant application du décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006.*

Observation 7 : Mme Lafourcade Stephanie (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Mme Lafourcade de la *société Giraudy* attire l'attention sur la nécessité de conserver la publicité sur mobilier urbain dont les deux faces sont nécessaires aux entreprises et associations locales.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et notamment sur mobilier urbain et préservation de son environnement.*

Observation 8 : Mr Gérard Bosser (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Il est en accord avec la contribution de l'Association Paysages de France et notamment la nécessité de limiter la publicité et de répondre aux enjeux de sobriété énergétique.

Réponse de la commune

► *La publicité lumineuse est interdite par le RLP, les enseignes sont soumises, à extinction sur des plages horaires élargies et il en est de même pour les supports éclairés à l'intérieur des vitrines. Pour rappel, la commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observation 9 : Caroline (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Cette personne de la *société Giraudy* attire l'attention sur la nécessité de conserver la publicité sur mobilier urbain dont les deux faces sont nécessaires aux entreprises et associations locales. Elle insiste sur le caractère durable du mobilier et de sa gestion.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales, et notamment sur mobilier urbain et préservation de son environnement.* **Observation**

10 : Les Saveurs Lochoises (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Il est mis en avant la nécessité pour les entreprises de conserver les espaces d'affichage publicitaire en ville tout en instaurant des règles.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observation 11 : Anonyme (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Il est mis en avant la nécessité pour les acteurs économiques d'avoir de la visibilité qui passe par de l'affichage publicitaire.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observation 12 : Anonyme (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Il est mis en avant la nécessité pour les acteurs économiques d'avoir de la visibilité qui passe par de l'affichage publicitaire.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observation 13 : Anonyme (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Il est mis en avant la nécessité pour les acteurs hôteliers d'avoir de la visibilité qui passe par de l'affichage publicitaire.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observation 14 : Anonyme (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Il est mis en avant la nécessité pour les acteurs économiques d'avoir de la visibilité qui passe par de l'affichage publicitaire et notamment le mobilier urbain.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observations 15 : Anonyme (déposée sur le site internet le 06/10/2023 le 06/10/2023)

Il est mis en avant la nécessité pour les restaurateurs d'avoir de la visibilité qui passe par de l'affichage publicitaire.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observation 16 : Syndicat national de la publicité extérieure (déposée sur le site internet le 06/10/2023)

Le *Syndicat national de la publicité extérieure* fait part de ses observations et exprime son inquiétude au regard des dispositions du RLP et de la liberté de l'affichage et notamment de l'interdiction de la publicité murale en ZP1 et la limite de formats hors tout à 4 m² en ZP2 et ZP3. Il évoque un projet de décret à intervenir qui validera à 4,7 m² la surface maximale des publicités murales non lumineuses (soit une surface utile d'affiche de 4 m² maximum) dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (actuellement limitée à 4m²).

OBSERVATIONS	REPONSE DE LA COMMUNE
--------------	-----------------------

<p>Un règlement local se doit de concilier d'une part la liberté d'affichage et d'expression et d'autre part la protection du cadre de vie</p>	<p>La réduction du parc publicitaire sur le territoire de la commune de Loches opérée par le Règlement local de publicité ne contrevient pas à l'article L.581-1 du Code de l'environnement en ce qu'elle n'est ni générale ni absolue et est expressément justifiée par la protection et l'amélioration du cadre de vie dans la délibération n°2023-0319 d'arrêt du projet du règlement local de publicité. En effet, cette interdiction n'étant ni générale, puisqu'elle ne s'applique pas à la totalité du territoire, ni absolue dans la mesure où sont trouvés des compromis pour satisfaire les entreprises, il n'y a pas d'atteinte qui pourrait être qualifiée d'«excessive» à la liberté du commerce et de l'industrie, ni même à la liberté d'affichage et d'expression qui font partie des objectifs écrits de la ville .</p>
<p>En ZP1 Réintroduction de la publicité murale en ZP1 par parité de traitement avec le mobilier urbain Format autorisé jusqu'à 4,70 m² (surface de l'affiche 4 m²)</p>	<p>Parce que l'objet principal de mobiliers urbains est de recevoir des informations émanant de l'autorité concédante pour les usagers, la ville n'entend pas réintroduire la publicité murale en ZP1.</p>
<p>En ZP2 et ZP3 Concernant les dispositions liées au format des dispositifs muraux 4 m² : ne pas évoquer le format afin de bénéficier des dispositions du futur décret</p>	<p>Le préambule du RLP, en p.4 du document (« Réguler la densité assurer leur intégration...») justifie la disposition prise par la Ville en permettant une implantation limitée des panneaux sur mur. <u>La ville accepte de modifier la rédaction des articles 18.1 et 19.1 du RLP) et envisage de distinguer le format « utile de l'affiche» = 4m², du format « hors tout » (encadrement + affiche) = 4,60 m²maximum qui est le format actuel.</u> Cela permet de prendre en compte les types de dispositifs standards actuellement déployés et d'éviter ainsi toute destruction de matériel et fabrication de nouveaux sans que cette</p>
	<p>disposition ait un impact sur l'environnement. Si le code de l'environnement venait à évoluer, la commune pourrait envisager un repositionnement.</p>

Observation 17 : M. Rangheard (déposée sur le registre papier le 06/10/2023)

Le *gérant du Auchan supermarché* met en avant la nécessité pour les acteurs économiques de conserver l'affichage publicitaire tout en respectant les règles du RLP.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observation 18 : Mme Crépin (déposée sur le registre papier le 06/10/2023)

Rapport de l'enquête publique sur le Règlement local de publicité de Loches
Septembre-octobre 2023

La *gérante des magasins Tamara et Melle Adeline* met en avant la nécessité pour les acteurs économiques de conserver l’affichage publicitaire.

Réponse de la commune

► *La commune souhaite conserver un équilibre entre nécessité de communication à des fins commerciales et préservation de son environnement.*

Observations 19 : Messieurs Fernando GAETE et Adrien PAINCHAULT (remis en main propre au commissaire enquêteur le 06/10/2023)

Les *membres du groupe « Loches l’élan Collectif »* soulignent la qualité du patrimoine historique de la commune mais contestent par principe la présence de mobiliers urbains sur domaine public.

Observations	Réponse de la commune
<p>Les deux auteurs s’interrogent sur la place de la publicité en SPR et critiquent le RLP en ce qu’il serait moins restrictif que le RNP</p>	<p>En proposant d’interdire tout éclairage des dispositifs publicitaires et mobiliers urbains la commune a choisi par l’adoption de règles plus restrictives que celles fixées par le RNP de répondre d’une part aux attentes des habitants quant à la limitation des ambiances lumineuses nocturnes mais également à l’enjeu climatique de la limitation de la consommation électrique. La ville a choisi de permettre de manière très mesurée la publicité en SPR, sur mobiliers urbains afin de permettre la diffusion de l’information générale et locale. Elle rappelle que la mission remplie par le mobilier urbain qui est un équipement public mis au service des usagers de la voie répond aux besoins des</p>
	<p>habitants. La ville a donc choisi de maintenir cette possibilité. Au regard de la mise en concurrence lancée pour l’attribution d’un nouveau contrat, la ville a fait le choix de mobiliers qualitatifs et prévoit une implantation raisonnée des mobiliers et en excluant le SPR de la zone d’implantation possible.</p>

<p>Les deux auteurs se plaignent de la présence de publicité derrière des vitres dans des mobiliers en ton vert qui n'ont pas leur place à côté d'un monument ni dans sa perspective visuelle</p>	<p>Un juste équilibre doit être trouvé entre les besoins des acteurs économiques locaux et la préservation du cadre de vie. La commune ne souhaite pas prendre en compte la remarque empreinte de subjectivité sur la qualité et la couleur du matériel qui sera déployé L'autorité compétente dispose toujours de la faculté d'autoriser ou non une implantation. D'autre part l'installation de mobilier aux abords des monuments historiques comme dans les SPR est soumise à l'ABF.</p>
<p>Les deux contributeurs considèrent que les mobiliers en place sont hors réglementation</p>	<p>CF réponse déjà apportée à la contribution n°3 de l'Association Paysages de France</p>
<p>Demande d'interdiction totale de la publicité sur mobiliers urbains en SPR et dans un périmètre de 500 m des monuments historiques de la ville</p>	<p>Au regard de l'article R 581-8 du Code de l'Environnement, la possibilité est offerte de déroger à l'interdiction de publicité et notamment dans le périmètre des 500 m des Monuments Historiques. La commune souhaite se saisir de cette possibilité offerte dans le cadre du RLP. Et pour rappel, le SPR a été exclu du périmètre d'implantation de mobilier urbain dans l'appel d'offres en cours.</p>

Conclusion

Les nombreuses contributions reçues lors de l'enquête publique montrent l'intérêt des acteurs pour ce règlement. Qu'ils émanent d'associations, de professionnels de commerçants ou simples citoyens, les avis sont très partagés au sujet principalement de la publicité. On peut remarquer que ni les associations de défense de l'environnement et du cadre de vie, ni les professionnels de l'affichage ne sont en accord avec le RLP de la ville de Loches, le trouvant soit trop permissif, soit trop restrictif.

Les dispositions du RLP ont été définies dans un souci d'équilibre entre la volonté de protection paysagère et la volonté de favoriser le maintien et le développement des activités commerciales et économiques à LOCHES

Le texte du RLP nous semble parfaitement en accord avec les objectifs du RLP définis par la délibération de prescription du règlement local de publicité.

- **Décliner, préciser et adapter** la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire communal,
- **Améliorer** l'image et l'attractivité du territoire en encadrant l'affichage publicitaire au niveau des axes structurants, des entrées de villes, du centre ancien et des zones d'activités,
- **Mettre en valeur** le patrimoine et les paysages urbains et naturels par la limitation de l'impact des dispositifs de publicité,

- **Prendre en considération** un équilibre judicieux entre respect de l'environnement visuel et utilité économique,
- **Limitier** la présence de dispositifs de publicité lumineuse et encourager la réalisation d'économie d'énergie en incitant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux,
- **Permettre un meilleur suivi** de l'installation des dispositifs d'enseignes, préenseignes et publicités sur le territoire communal, en redonnant au Maire la compétence en matière d'instruction des demandes et déclarations préalables en la matière, ainsi que le pouvoir de police qui en découle.

C'est une réponse très longue, complète et très circonstanciée. La commune a opéré certains choix. Elle assume les propositions faites dans le projet de Règlement local de publicité, et les complète en reprenant quelques unes des suggestions figurant dans les observations au registre.

La réponse la plus attendue porte sur l'anomalie relevée par Paysages de France concernant le verbatim de l'article R.581-47. Cette erreur est actée et la transcription sera corrigée dans la version finale. Il est à noter que cet article est clairement signalé comme faisant l'objet d'une réécriture prochaine.

Malgré le contexte polémique et juridique, cette enquête s'est déroulée sereinement, et les avis recueillis ont été lus avec attention. La plupart des contributions font des suggestions des propositions, ce qui tout à fait dans l'esprit d'une enquête publique. La réponse exhaustive de la commune de Loches témoigne du sérieux apporté à la prise en compte des résultats de l'enquête.

Fait à Tours le 30 octobre 2023

Envoyé en préfecture le 05/12/2023

Reçu en préfecture le 05/12/2023

Publié le



ID : 037-213701329-20231205-2023_12_82DCM-DE

Annexes

1 Le procès-verbal de la police municipale

<p>VILLES DE LOCHES - BEAULIEU LES LOCHES - PERRUSSON</p>	<p>RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</p>
	<p>RAPPORT D'INFORMATION</p>
<p>POLICE MUNICIPALE MUTUALISÉE Esplanade DES BAS CLOS 37600 LOCHES Tél: 02 47 91 13 00</p>	<p>N°2023-08-351 du 18/08/2023</p>
<p>NATURE DE L'INFORMATION :</p>	<p>L'an deux mille vingt-trois, le dix huit août à vingt heures et cinquante-trois minutes</p>
<p>Panneaux enquête publique Règlement Local de Publicité</p>	<p>Nous soussignés, Chef de service JEANMOUGIN Rémi, Assistés de GEYER Cédric Brigadier-Chef Principal,</p>
<p>DESTINATAIRES :</p>	<p>Agents de police judiciaire adjoints dûment agréés et assermentés, revêtus de notre uniforme et en résidence à LOCHES - BEAULIEU LES LOCHES - PERRUSSON</p>
<ul style="list-style-type: none">• Copie à Monsieur le Maire (1ex),• Archives du service (1ex),	<p>Vu les articles : - L.2212-1 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales, - D14-1, 21, 21-2°, 21-2 , 429 et 537 du Code de Procédure Pénale, - L511-1 du Code Sécurité Intérieure,</p>
	<p>Vu les instructions reçues, rapportons les opérations suivantes :</p>
	<p>Ce jour, nous procédons à la vérification de implantation de la publicité concernant l'enquête publique inhérente au Règlement Local de Publicité (RLP) sur l'ensemble de la commune. Il nous est remis un plan (annexe 1) recensant les lieux d'implantations des panneaux sur l'ensemble de la commue.</p>
	<p>Après vérification, il appert que l'ensemble des panneaux ont été installés aux endroits signalés sur la carte en annexe (points rouges).</p>
	<p>Rapport fait pour être transmis à Monsieur le Maire de LOCHES.</p>
	<p>En conséquence, nous avons rédigé le présent rapport à toutes fins que vous jugerez utiles.</p>
	<p>Fait et clos à LOCHES - BEAULIEU LES LOCHES - PERRUSSON Le 22/08/2023</p>
	<p>Les agents de Police Judiciaire adjoints Nom(s) et signature(s)</p>
	<p>Vu et transmis le 22/08/2023, par le chef de service.</p>
	

2 Le mémoire de Paysages de France



Paysages
de France

agrée
re national
articles
1-2 à R.141-20
de l'environnement
ar le ministère
e au titre
54,1°
71-1130
mbre 1971

13 859 00029

onneur :

ntre
rand t,

elkraut,
e, membre
émie française
quard t,

ntre

affesoli,

Morel,

rin,

eves,

icien

Observations de l'association Paysages de France

27 septembre 2023

1. Quelques mesures positives, noyées dans un règlement du siècle précédent

L'une des mesures positives du RLP de Loches est sans nul doute l'interdiction de toute publicité lumineuse, bien que cela manque de clarté concernant la publicité sur mobilier urbain.

Il faut également saluer l'instauration d'une règle de densité pour les publicités, l'interdiction des enseignes numériques et la réglementation des enseignes de moins de 1 m² au sol.

Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par la possibilité d'installer des panneaux publicitaires au format maximum autorisé dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, des enseignes scellées au sol elles aussi au format maximum, une réglementation trop laxiste des dispositifs derrière les vitrines, des enseignes lumineuses détournées de leur fonction principale et enfin de la publicité scellée au sol sur mobilier urbain, actuellement illégale sur le territoire de la commune.

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que :

- **la transition écologique**, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique nécessitant que les mesures prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et, notamment, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés
- **la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage**, causes majeures de la destruction des ressources de la planète, qui de plus fragilisent et mettent en difficulté certaines catégories de la population. - **la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité.**

Préconisation de Paysages de France :

- Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique
- Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs- Proscrire les dispositifs numériques derrière les vitrines

2. Déconstruction des mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement

Le futur règlement devrait avoir pour but principal de réduire la pollution et les multiples nuisances engendrées par la publicité extérieure. Ici, c'est l'inverse qui est préconisé, puisque le règlement propose d'installer de la publicité dans des lieux qui en sont normalement protégés au travers de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

L'un des objectifs du projet, à savoir « *Mettre en valeur le patrimoine et les paysages urbains et naturels par la limitation de l'impact des dispositifs de publicité* » est ainsi passé par pertes et profit, puisqu'au

lieu de mettre en valeur le patrimoine, on va déroger à une interdiction du Code de l'environnement faite pour le protéger !

De plus, cette dérogation n'est aucunement justifiée dans le rapport de présentation. Il ne suffit pas d'écrire dans le rapport de présentation page 82 que « *Le règlement traduit les objectifs définis par la délibération de prescription.* » et que « *Le cœur historique est préservé, ainsi que les faubourgs.* » pour que cela devienne réalité.

Il est vrai qu'on pouvait s'attendre à ce genre de mesure en lisant à la page 58 du rapport de présentation : « *Publicité : environ 70% sont non-conformes. Cette donnée peut sembler importante, mais il est nécessaire de la rapprocher du contexte local. Ces publicités sont majoritairement implantées dans le centre historique de la commune (où la publicité fait l'objet d'une interdiction relative) . Or, cet espace décompte aussi de nombreux commerces, qui participent au cadre de vie de la commune ;* »

Sous-entendu : les commerces qui participent au cadre de vie de la commune ne seraient pas vraiment tenus de respecter le Code de l'environnement, puisqu'ils rendent un service à la commune ! Pourquoi donc le législateur aurait-il pris des mesures spécifiques concernant les zones patrimoniales ?

Préconisation de Paysages de France :

Interdire toute publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, y compris sur mobilier urbain.

3. Présentation du projet

3.1 Le texte du règlement contient de très nombreuses références au Code de l'environnement, avec même parfois des articles entiers recopiés. Or, un règlement local n'a pas vocation à dérouler la réglementation nationale, mais seulement à indiquer les mesures plus restrictives prises par la collectivité.

Celle-ci peut ensuite réaliser un guide de l'affichage reprenant sous une forme abrégée les mesures locales accompagnées des mesures du RNP lorsque le RLP reste dans le silence concernant certains dispositifs.

3.2 Le projet présente quelques imprécisions qu'il serait nécessaire de lever afin d'éviter de mauvaises interprétations.

- **L'article 17.1** vise à interdire la publicité sur mur. Il est absolument nécessaire de préciser que cette interdiction s'applique également sur mur de clôture aveugle.

Les articles 18-1 et 19-1 réglementant la publicité sur mur doivent également ajouter l'interdiction de publicité sur mur de clôture aveugle.

- **Article 19.1** : A la règle de densité « Nombre : 1 seul dispositif par mur. », il est nécessaire d'ajouter « et par unité foncière », comme pour l'article 18.1, sous peine de voir des unités foncières comportant plusieurs panneaux.

- **Article 17.2** : Il est précisé que « *Le mobilier urbain éclairé par projection ou transparence est interdit.* ». Cette précision doit également figurer dans les articles

18.2 et 19.2.

3.3 Plan de zonage :

L'article 3 du règlement indique « *Zone d'enseigne B / Z.E B : le reste du territoire communal.* ». Or, le plan de zonage enseigne placé à la suite de la page 30 ne prend pas en compte « *le reste du territoire communal* », mais uniquement la partie agglomérée hors ZE A, laissant ainsi de côté toute la partie hors agglomération et venant ainsi contredire l'article 3 du règlement.

3.4 Publicité sur mobilier urbain :

La ville de Loches dans sa volonté forcenée de montrer que la publicité sur mobilier est bien autorisée dans son agglomération va jusqu'à détourner un article du Code de l'environnement ! On peut ainsi lire en page 11 de la partie réglementaire :

Aux termes de l'article R.581- 47 du Code de l'Environnement :

« Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 mètres carrés et qu'il s'élève à moins de 3 mètres au-dessus du sol, il n'a pas à être conforme aux dispositions des articles R.581-31 et R.581-32 et du premier alinéa de l'article R.581-33 ».

Copie d'écran page 11 du projet de RLP de Loches

Une rapide lecture pourrait faire penser que le texte présenté est bien celui correspondant au R.581-47 du Code de l'environnement, la présence des guillemets au début et à la fin venant confirmer cette impression.

Or, il n'en est rien, puisque cet article a été réécrit pour les besoins de la démonstration, l'article n'étant sans doute pas suffisamment explicite !

Plus grave : il a été recopié en remplaçant uniquement « *il doit être conforme* » par « *il n'a pas à être conforme* » ! , rendant le texte encore plus abscons...

R581-47

Version en vigueur depuis le 01 juillet 2012

Modifié par Décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 - art. 2

Modifié par Décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 - art. 9

mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 mètres carrés et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R. 581-31 et R. 581-32 et du premier alinéa de l'article R. 581-33.

Copie d'écran site Légifrance

Préconisation de Paysages de France :

- ne lister que les mesures différentes de celles du Code de l'environnement
- revoir la rédaction des articles cités ci-dessus
- revoir le plan de zonage enseigne en y intégrant tout l'espace non aggloméré- s'il est nécessaire de citer l'article R.581-47, le citer sans modification.

PUBLICITÉS

4. Publicités sur mur : des formats incompatibles avec une protection de l'environnement

Le projet prévoit d'autoriser au format de 4 m² la publicité sur mur. Or, il s'agit là du format maximum autorisé par le Code de l'environnement pour une ville comme Loches.

Alors que les orientations concernant la publicité murale (tout au moins pour la ZP2) indiquaient « **Publicités et préenseignes maîtrisées** dans les supports, **les formats** et la densité, »

La maîtrise des formats est en fait inexistante... Plus grave, ce même format maximum de 4 m² s'applique également pour la ZP3 dont la plus grande partie est composée de zones résidentielles. C'est là que le plan de zonage montre toutes ses faiblesses, puisqu'il agglomère dans une même zone les zones d'activités ou commerciales avec les zones d'habitation, ces dernières étant de fait soumises aux dispositions les plus laxistes du règlement.

Préconisation de Paysages de France :

Revoir le plan de zonage en séparant zones d'activités et zones résidentielles Limiter à 2 m² la publicité murale, sauf éventuellement en zone d'activités limitée à 4 m².

Rapport de l'enquête publique sur le Règlement local de publicité de Loches

Septembre-octobre 2023

5. Règle de densité sur unité foncière trop laxiste

La règle consistant à limiter à un dispositif par unité foncière est un premier pas vers une limitation du nombre de panneaux. Cependant, pour rendre cette règle vraiment efficace, il est nécessaire d'y adjoindre un minimum de longueur d'unité foncière pour l'installation d'un panneau.

Préconisation de Paysages de France :

Limiter l'installation d'un panneau aux unités foncières de 50 m minimum bordant la voie publique.

6. Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain

Publicité sur mobilier urbain dans une agglomération de moins de 10 000 habitants

Le projet dans sa version actuelle prévoit d'autoriser la publicité scellée au sol sur mobilier urbain.

Une telle disposition est illégale et doit impérativement être corrigée.

Il convient en effet de rappeler qu'en vertu des dispositions combinées des articles

R.581-42 et R.581-31, la publicité sur mobilier urbain y est interdite dès lors qu'aucune des communes concernées ne fait partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'interdiction de la publicité sur mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants est explicitement rappelée dans le guide juridique publié en 2014 par le ministère de l'Écologie. Cette interdiction est signalée par le rédacteur comme résultant d'une « erreur rédactionnelle ».

Pour autant, contrairement aux erreurs avérées, toutes corrigées depuis par décret, cette erreur supposée n'a jamais fait l'objet d'une quelconque "correction". En tout état de cause, il va de soi que la réglementation qui s'applique est celle en vigueur et non une quelconque réglementation « virtuelle ».

Dans un jugement du 30 mai 2022, le tribunal administratif d'Orléans a rappelé cette interdiction en condamnant l'État au motif que la préfète d'Indre et Loire n'avait pas « *ordonné la conformité ou la suppression des publicités et préenseignes sur mobilier urbain [...] alors qu'elles relèvent du principe d'interdiction prévu par l'article L 581-31 du code de l'environnement* » (dossier 2001315 Paysages de France c/préfète d'Indre-et-Loire concernant la commune de Loches, agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants).

Un projet de décret vise à autoriser ces dispositifs, ce qui prouve qu'ils sont actuellement illégaux. La ville de Loches ne peut donc les autoriser dans ce règlement avant la promulgation éventuelle de ce décret.

Publicité sur mobilier urbain, un mauvais exemple donné par la collectivité

Le projet prévoit d'autoriser massivement et sans la moindre règle de densité, y compris dans le « cœur historique », la publicité sur mobilier urbain.

Indépendamment des très graves atteintes portées au paysage et au cadre de vie, des effets de banalisation ainsi engendrés, un tel parti pris apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui.

La logique consistant à faire des voies publiques (trottoirs) des lieux où peuvent se déployer de tels panneaux publicitaires va, en effet, très exactement à l'encontre de ce qu'une collectivité se doit de faire en matière d'environnement.

Quel exemple donnerait Loches en polluant ainsi l'espace public, encombrant des trottoirs dont la vocation première est le déplacement des piétons pour se rendre à leur travail, faire leurs courses ou tout simplement flâner ?

Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent.

De plus, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre l'incitation continuelle à la surconsommation et au gaspillage nécessitent que les mesures qui seront

prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

Il convient également de remarquer qu'une majorité de ces publicités comportent des mentions réglementaires (telles que "Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé", « jouer peut comporter des risques », « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé » ...) attestant explicitement du caractère néfaste du message publicitaire.

Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

L'article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que « *Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction [...], supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.* »

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent prospérer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Le rôle du bureau d'étude en la matière est de conseiller la ville en lui demandant, comme le font certaines collectivités, de rappeler clairement dans une mesure du RLP le rôle accessoire de la publicité sur ces dispositifs (par exemple la commune de Tarascon qui indique dans son règlement : « *Le caractère accessoire de la publicité sur le mobilier urbain doit être strictement respecté en tenant compte notamment du sens de circulation et de la visibilité de l'information municipale.* »

Le jugement du T.A. d'Amiens du 30 juin 2020 (affaire Vauxbuin) rappelle cette obligation réglementaire : « *Compte tenu de [...] leur positionnement hors du champ de vision de l'usager de la voie, cette face d'information locale n'est que difficilement perceptible. Par suite, ces mobiliers urbains doivent être regardés comme ayant un usage de préenseignes à titre principal, de sorte que leur disposition méconnaît les exigences de l'article R 581-42 du code de l'environnement, qui ne permet qu'ils supportent des préenseignes qu'à titre accessoire.* »

Publicité sur les abris voyageurs : une agression pour les usagers

Concernant la publicité sur les abris pour voyageurs, force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement.

Bien qu'un abri destiné au public n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

De plus, la personne qui se tient devant un panneau se trouve visuellement incluse dans le cadre de l'affiche, ce qui peut se révéler dégradant (cas par exemple des affiches de lingerie ou de parfum).

Préconisation de Paysages de France :

- Interdire la publicité sur mobilier urbain, tout au moins tant qu'elle n'est pas autorisée par le Code de l'environnement

Si la publicité sur mobilier urbain devient légale :

- Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.
- Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.
- Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)

ENSEIGNES

7. Des enseignes sur façade démesurées

Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes »

À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m² !

Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage.

Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite.

Si la ZEA est réglementée correctement, il n'en est rien pour la ZEB pour laquelle ce sont les règles de surface du RNP qui s'appliquent.

Préconisation de Paysages de France :

Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m² Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m²

8. Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

L'article L. 581-3 du Code de l'environnement stipule que « *Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.* »

Dès lors que l'activité d'une entreprise ou d'un commerce cesse, toute enseigne qui reste allumée se transforme de fait en publicité. Tout comme on ferme un robinet après usage ou on éteint en sortant d'une pièce, les enseignes devraient logiquement être éteintes en dehors des heures d'ouverture.

La règle d'extinction proposée (23 h – 7 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Il est bien « recommandé » dans le projet une extinction dès la fermeture de l'établissement, mais cela n'a rien de contraignant, et cette recommandation ne sera sans doute suivie que par les commerçants désireux de limiter leur facture d'électricité !

Préconisation de Paysages de France :

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.

9. Des enseignes scellées au sol inutiles

Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité.
- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et endéfavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

La limitation à 6 m² en ZEB est nettement insuffisante pour contrer les effets négatifs de ces dispositifs.

Préconisation de Paysages de France :

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

10. Des enseignes sur toiture énormes

Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement.

Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m², elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans leur centre ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale.

La limitation à 50 m² (au lieu de 60 m²) en ZEB est bien évidemment anecdotique et ne modifiera en rien l'impact visuel de ces grandes enseignes.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire les enseignes sur toiture en ZEB, ou à défaut limiter à 8 m².

11. Enseignes sur clôture : prévenir les abus

Le Code de l'environnement laisse la possibilité d'installer des enseignes sur clôtures aveugles ou non aveugles **sans limite de surface ni de nombre**. Cette lacune de la réglementation a souvent des effets désastreux, l'ensemble de la clôture pouvant servir de support à toutes sortes de messages aux slogans agressifs et aux couleurs criardes, sur banderoles et panneaux.

Cette lacune permet également de contourner la règle de densité limitant à un dispositif (par voie bordant l'activité) le nombre des enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol de plus de 1 m².

Si les enseignes sur clôture non aveugles sont bien interdites dans le RLP de Loches, aucune limitation n'est prévue pour les enseignes sur clôture aveugle.

Le règlement actuel laisserait ainsi proliférer ces enseignes dans des zones qui devraient être dépolluées prioritairement (les zones commerciales), dans des zones rurales et hors agglomération.

Préconisation de Paysages de France :

- Limiter les enseignes sur clôture aveugle à un dispositif par tranche de 50 mètres de linéaire de façade.
Surface maximale : 1,5 m²

12. Des enseignes temporaires à réglementer

Le code de l'environnement ne fixe aucune limite de surface pour les enseignes temporaires sur façade signalant des opérations exceptionnelles de moins de trois mois (ainsi que des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique).

Du fait de ce vide juridique, les enseignes temporaires sur façades peuvent donc atteindre des surfaces considérables.

Et rien n'interdit de recouvrir la totalité des façades.

À raison de quatre « opérations exceptionnelles » par an, il est donc possible d'installer 12 mois sur 12 des enseignes qui, sur certains bâtiments, peuvent être gigantesques.

Cette possibilité permet ainsi de contourner la réglementation applicable aux enseignes permanentes.

Il convient donc de prévoir de mesures d'encadrement pour ce type d'enseignes et non de se contenter des règles du RNP comme prévu pour la ZE B.

Préconisation de Paysages de France :

En ZE B, appliquer à ces enseignes les dispositions des enseignes permanentes correspondant à cette zone.

13. Des enseignes temporaires qui durent...

Les enseignes temporaires de plus de 3 mois réservées aux opérations immobilières ont un impact particulièrement élevé sur le paysage.

En effet, elles ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte (donc peuvent le couvrir entièrement), peuvent être installées sur toiture (60 m² maximum) ou atteindre 12 m² lorsqu'elles sont scellées au sol.

Ces enseignes dites "temporaires" restent dans les faits souvent en place bien au-delà de la durée des opérations qu'elles signalent, devenant ainsi pratiquement des panneaux publicitaires.

Or, le projet en l'état actuel ne prévoit aucune mesure concernant ce type de dispositif pour la ZE B

Préconisation de Paysages de France :

En ZE B, appliquer à ces enseignes les dispositions des enseignes permanentes correspondant à cette zone.

14. Des dispositifs que la collectivité est enfin en droit de réglementer

Le Grenelle de l'environnement avait encadré les publicités et enseignes numériques, nouveaux dispositifs n'existant pas lors de l'instauration de la loi de 1979.

Malheureusement, les mesures prises ne concernaient que la publicité extérieure et de nombreux annonceurs et enseignistes s'étaient engouffrés dans le vide réglementaire concernant les publicités et enseignes placés derrière une vitrine, provoquant une levée de boucliers de la part de nombreux habitants et communes qui ne disposaient d'aucun moyen pour lutter contre ces dispositifs.

Il était ainsi possible de plaquer un panneau numérique contre la vitrine d'un établissement, sans limite de surface (hormis celle de la vitrine), sans limite de luminosité, non soumis aux règles d'extinction du RLP et cela sur tout le territoire de la commune.

La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre ce genre de dispositif (article L 581-14-4 du Code de l'environnement), avec effet immédiat.

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, le simple bon sens ne peut que bannir ces panneaux numériques que la ville de Loches a bien pris soin d'interdire pour les enseignes.

Préconisation de Paysages de France :

- Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines
- Interdire les enseignes numériques, autoriser uniquement celles éclairées par projection ou transparence, limitées à 1 m² - Adapter en conséquence le rapport de présentation

Grenoble, le 27 septembre 2023

Jean-Marie DELALANDE, vice-président de Paysages de France

Envoyé en préfecture le 05/12/2023

Reçu en préfecture le 05/12/2023

Publié le



ID : 037-213701329-20231205-2023_12_82DCM-DE

Envoyé en préfecture le 05/12/2023

Reçu en préfecture le 05/12/2023

Publié le



ID : 037-213701329-20231205-2023_12_82DCM-DE

Conclusions

Conclusions motivées

La ville de Loches a élaboré un projet de Règlement local de publicité, projet acté en Conseil municipal en mars 2021, et demandé une enquête publique pour le finaliser. Le 07 juin 2023 le Tribunal administratif d'Orléans a désigné par la décision E23000091 / 45 M. Calenge Christian pour la réaliser.

Préparée avec le Service Aménagement de la commune l'enquête s'est tenue du 4 septembre 06 octobre 2023. La publicité a été assurée dans les règles, tant par affichage et parution dans la presse que sur le site internet de la ville. Celle-ci a de plus fait appel à Préambule, une société spécialisée, pour mettre en ligne tous les documents et un registre dématérialisé. Quatre permanences ont été tenues par le commissaire enquêteur.

L'enquête a recueilli dix-neuf contributions, beaucoup proposant des modifications du projet, dans des sens opposés. Le nombre élevé de visites et de téléchargements du site internet de Préambule témoigne d'un intérêt soutenu. C'est une bonne chose.

L'objectif d'un Règlement local de Publicité est d'adapter le Règlement national au contexte local. Loches dispose d'un exceptionnel patrimoine architectural, et celui-ci abrite encore le centre vivant de la ville. Par ailleurs une activité artisanale et industrielle non négligeable s'exerce sur la commune. Par son principe même un RLP suppose une limitation des supports publicitaires, leur adaptation au paysage urbain et leur opportunité économique.

La décision de la commune de se doter d'un Règlement local de publicité intervient dans un contexte polémique et juridique, l'association Paysages de France ayant après quelques mois obtenu en mars 2022 la condamnation par le Tribunal administratif d'Orléans de la Préfecture pour défaut de police, puisque certains mobiliers urbains du centre patrimonial protégé par un Plan de sauvegarde et de mise en valeur contrevenaient au Règlement national. La commune de Loches a déposé une demande de tierce opposition, toujours en cours.

Le projet de Règlement local intervient donc comme une réponse globale à la situation. La maîtrise de la publicité dans les espaces urbains, tout spécialement au sein de l'espace patrimonial et aux abords des monuments historiques, est un enjeu certain de la maîtrise du paysage et de l'environnement. La réalisation de ce document est donc un projet utile et opportun, et dépasse largement le contexte juridique.

La ville présente un projet qui limite la présence publicitaire, notamment dans l'espace historique, tout en distinguant trois types d'espace urbain, chacun faisant l'objet d'une réglementation différente. L'espace patrimonial serait le plus protégé de toute présence publicitaire. La mesure générale la plus notable est l'interdiction des publicités numériques.

L'enquête a permis de constater que deux types de contributions se sont exprimées :

- La plupart demandent un assouplissement du projet au nom de l'activité économique. Venues de commerçants et de publicitaires ces propositions semblent logiques.
- Les autres avis sont à l'inverse dans une démarche de restrictions encore plus marquées de la présence des publicités. La contribution de Paysages de France, signée par M. Delalande, est la plus longue. Elle se répartit en 17 chapitres, la plupart demandant des restrictions plus poussées. L'association relève une erreur d'écriture

de l'article R.581-47 du code de l'environnement. L'opposition municipale s'est également exprimée dans ce sens.

- Une contribution s'interroge sur les moyens de police qui seront mis en œuvre pour contrôler l'affichage et les supports publicitaires.

La commune a été sollicitée par le procès-verbal du commissaire enquêteur de se positionner par rapport à ces demandes diverses. Elle l'a fait dans un long mémoire parvenu le 20 octobre 2023. Ce mémoire en réponse est exhaustif, et aborde toutes les contributions qui ont émis une ou plusieurs propositions. La commune y réaffirme pour l'essentiel ses choix, et s'engage aux corrections des erreurs manifestes.

Avis

- Le projet de Règlement local de publicité dans le cadre du territoire communal de Loches est pertinent et répond un souci de règlementer, encadrer et contrôler les supports publicitaires, dont le diagnostic fourni dans le dossier d'enquête montre qu'ils sont trop nombreux et pour partie fautifs.
- Ce projet permet de dépasser le seul contexte juridique, en cours en octobre 2023, et de fournir un cadre réglementaire à la protection des paysages urbains et à la préservation de l'environnement.
- Le commissaire enquêteur estime que l'enquête s'est révélée productive et utile, tant par la participation du public que par le mémoire en réponse de la commune.
- L'enquête permet donc à la municipalité de Loches d'affirmer ses choix, d'enrichir son projet et de corriger une erreur manifeste d'écriture.
- Le projet permet de réaliser une mise en ordre des supports publicitaires, manifestement nécessaire. Il permettra une limitation sensible de la présence publicitaire, notamment lumineuse.
- Il s'inscrit donc dans une démarche de protection des paysages et de l'environnement.
- Le texte du projet devra cependant être revu dans le sens acté par le mémoire en réponse, et à tout le moins corrigé de l'erreur d'écriture de l'article R.581-47 du Code de l'environnement.

Le commissaire enquêteur dans ces conditions émet donc un avis :

Favorable

Fait à Tours le 30 octobre 2023