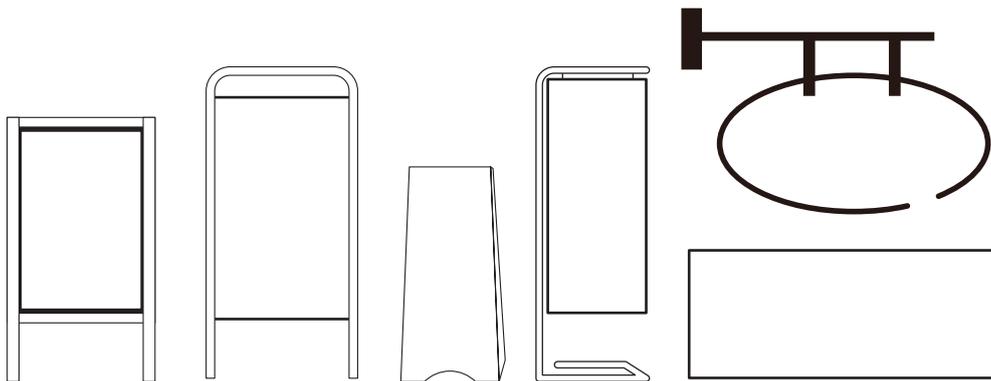


**Règlement local  
de publicité**

---

# Rapport de présentation





# **Règlement local de publicité**

## Brest métropole

Approuvé par le Conseil de la métropole du 6 décembre 2019

### **Rapport de présentation**

<b>Préambule.....</b>	<b>4</b>
<b>CONTEXTE TERRITORIAL.....</b>	<b>7</b>
<b>Caractéristiques paysagères du territoire de Brest métropole.....</b>	<b>8</b>
Les entités paysagères.....	8
Les entités naturelles.....	14
Le patrimoine bâti.....	17
Les activités économiques.....	24
Les axes de transport.....	29
<b>Contexte juridique.....</b>	<b>32</b>
La réglementation nationale.....	32
La réglementation de l'affichage sur le territoire de Brest métropole.....	39
<b>DIAGNOSTIC.....</b>	<b>41</b>
<b>Méthodologie mise en œuvre pour réaliser le diagnostic.....</b>	<b>42</b>
Audit de la réglementation locale.....	42
Echanges avec les communes.....	44
Diagnostic de terrain selon un échantillonnage représentatif et stratégique.....	44
Echanges avec les partenaires.....	47
<b>Résultats du diagnostic.....</b>	<b>48</b>
En matière de publicité et de préenseigne.....	48
En matière d'enseigne.....	59
<b>ORIENTATIONS GÉNÉRALES.....</b>	<b>65</b>
<b>Orientations générales en matière de publicité et de préenseigne .....</b>	<b>66</b>
Définir un cadre commun sur l'ensemble du territoire pour une politique de l'affichage cohérente et plus efficace.....	66
Adapter la réglementation au territoire en tenant compte de ses caractéristiques : définir des zones et des règles qui leur sont propres.....	66
Réduire les formats en cohérence avec l'environnement et les paysages.....	67
Autoriser la publicité au sein des sites patrimoniaux remarquables.....	67
Dédensifier les secteurs à forte pression marqués par les phénomènes de concentration .....	68

Encadrer les préenseignes posées au sol.....	68
Encadrer les nouvelles formes de publicité numérique .....	68
Maîtriser la consommation énergétique .....	69
Poursuivre l'action engagée dans les premiers RLP.....	69
Répondre de manière adaptée aux besoins de communication des entreprises et des partenaires institutionnels.....	69
<b>Orientations générales en matière d'enseigne.....</b>	<b>70</b>
Définir un cadre commun sur l'ensemble du territoire pour une politique des enseignes cohérente et plus efficace.....	70
Adapter les enseignes à leur contexte pour préserver les qualités paysagères et architecturales et de cadre de vie.....	70
Limiter le nombre de dispositifs par opérateur pour éviter leur démultiplication...	70
<b>EXPLICATION DES CHOIX RETENUS.....</b>	<b>71</b>
<b>Dispositions applicables en matière de publicité et de préenseigne.....</b>	<b>72</b>
Zone 1 : les espaces de nature, emblématiques et hors agglomération.....	74
Zone 2 : les espaces de centralité .....	75
Zone 3 : les secteurs d'intérêt patrimonial .....	76
Zone 4 : les espaces urbains mixtes.....	77
Zone 5 : les zones d'activités.....	78
Zone 6 : les abords du tramway.....	79
Zone 7 : les axes structurants.....	80
Zone 8 : l'aéroport.....	81
<b>Dispositions applicables en matière d'enseigne.....</b>	<b>84</b>
Zone 1 : les espaces de nature, emblématiques, patrimoniaux et hors agglomération.....	85
Zone 2 : les espaces urbains mixtes.....	86
Zone 3 : les zones d'activités.....	87
<b>BIBLIOGRAPHIE ET LEXIQUE.....</b>	<b>91</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>92</b>
<b>Lexique.....</b>	<b>93</b>

# Préambule

Brest métropole est un établissement public de coopération intercommunale, situé à la pointe ouest du Finistère en bordure de la rade de Brest.

Constituée depuis son origine de huit communes, Brest métropole regroupe autour de Brest, sa ville-centre, les communes de Bohars, Gouesnou, Guilers, Guipavas, Le Relecq-Kerhuon, Plouzané et Plougastel-Daoulas. Brest métropole totalise près de 212 000 habitants sur un territoire de 220 km<sup>2</sup>.

Créée en 1974 sous la forme d'une communauté urbaine, elle a acquis le 1<sup>er</sup> janvier 2015 le statut de métropole, institué par la loi de modernisation de l'action publique territoriale. Ce nouveau statut est la reconnaissance du rôle joué par un nombre limité d'agglomérations françaises exerçant des fonctions métropolitaines au service d'un territoire dépassant les frontières institutionnelles. Au cœur d'un bassin de vie de 400 000 habitants, le Pays de Brest, Brest métropole constitue le point d'ancrage de la Bretagne occidentale.



Le territoire de Brest métropole © Brest métropole

Pour Brest métropole, la préservation de la qualité du cadre de vie est un enjeu majeur vis-à-vis des territoires et de la population.

Depuis longtemps deux RLP sont en vigueur sur le territoire. L'un communal, spécifique à Plougastel-Daoulas, créé par arrêtés municipaux des 26 avril et 21 août 1995 ; l'autre intercommunal, couvrant les sept autres communes de la métropole et créé par arrêté préfectoral du 31 août 1999, modifié le 4 août 2003. Les deux règlements locaux de publicité actuellement en vigueur sur le territoire de Brest métropole traduisent la prise en compte d'une nécessaire maîtrise des nuisances visuelles le long de certaines voies, aux entrées de villes, ou encore dans le cadre de la zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) du centre-ville de Brest.

Toutefois, ces documents sont anciens et demandent à être actualisés, tant au regard des évolutions de la législation qu'au regard des évolutions du territoire de la métropole. Ainsi, par délibération du 27 mars 2015, Brest métropole s'est engagée dans la révision de son règlement local de publicité. Les objectifs poursuivis sont :

- améliorer l'attractivité de la métropole en garantissant durablement la qualité des espaces publics et du paysage urbain dans les espaces métropolitains, dans les entrées de ville et aux abords des grands axes routiers de l'agglomération, en cohérence avec l'orientation d'aménagement et de programmation du PLU tenant lieu de plan de déplacements urbains ;
- mettre en cohérence le règlement local de publicité avec les objectifs de préservation, de valorisation du patrimoine bâti et des espaces publics fixés dans l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine du centre-ville de Brest ;
- préserver la qualité du cadre de vie des zones résidentielles par l'encadrement de l'implantation des dispositifs publicitaires dans ces zones ;
- tenir compte de la transformation de la métropole et des espaces publics apportés par les aménagements de la ligne de tramway mise en service en 2012 ;
- l'excellence maritime de la métropole, par des mesures adaptées à la préservation de la façade maritime ;
- décliner les objectifs du plan climat énergie territorial de maîtrise d'éclairage des enseignes et des dispositifs publicitaires, afin de limiter l'énergie consommée, mais aussi lutter contre les nuisances lumineuses, notamment dans les espaces commerciaux à forte concentration (grands espaces commerciaux de périphérie, espaces piétons au centre-ville de Brest notamment).

Le règlement local de publicité est composé d'un rapport de présentation, d'un règlement et d'annexes :

- le contenu du rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs en matière de publicité extérieure et d'enseigne, explique les choix et les règles retenus et les motifs de la délimitation des zones ;
- le règlement comprend les prescriptions locales. Il ne peut pas être moins restrictif que la réglementation nationale, excepté dans le cadre des dérogations prévues par la loi ;
- enfin, les annexes du RLP sont constituées du document graphique ainsi que des arrêtés municipaux fixant les limites des agglomérations. Le document graphique a pour objet de localiser les zones dans lesquelles les dispositions du règlement s'appliquent.

Le présent document constitue le rapport de présentation du RLP de Brest métropole. Il est composé de cinq parties :

- le contexte territorial et réglementaire ;
- le diagnostic ;
- les orientations générales en matière de publicité, de préenseigne et d'enseigne ;
- l'exposé et la justification des choix en matière de publicité, de préenseigne et d'enseigne ;
- la bibliographie et le lexique.





# CONTEXTE TERRITORIAL

# Caractéristiques paysagères du territoire de Brest métropole

L'organisation paysagère de Brest métropole fait apparaître des séquences paysagères homogènes qui se succèdent tant en tissu urbain, qu'en milieu naturel.

Le paysage naturel est principalement marqué par le littoral et le patrimoine maritime qui constituent des éléments forts de l'identité du territoire. Cette caractéristique dialogue avec une géographie complexe qui favorise le dessin de poches de respiration qui se concentrent dans les terres (boisements, cours d'eau...).

Le paysage urbain du territoire se caractérise également par une forte identité liée à la diversité des quartiers et leur ambiance particulière. Brest métropole est également riche de patrimoine, témoin bâti de l'Histoire.

Ces deux aspects, le paysage naturel et urbain, participent pleinement à la qualité du cadre de vie sur le territoire. Il s'agit pour la collectivité de ne pas rompre avec les attentes de la population et de mettre en place les conditions d'un paysage collectivement souhaité.

## Les entités paysagères

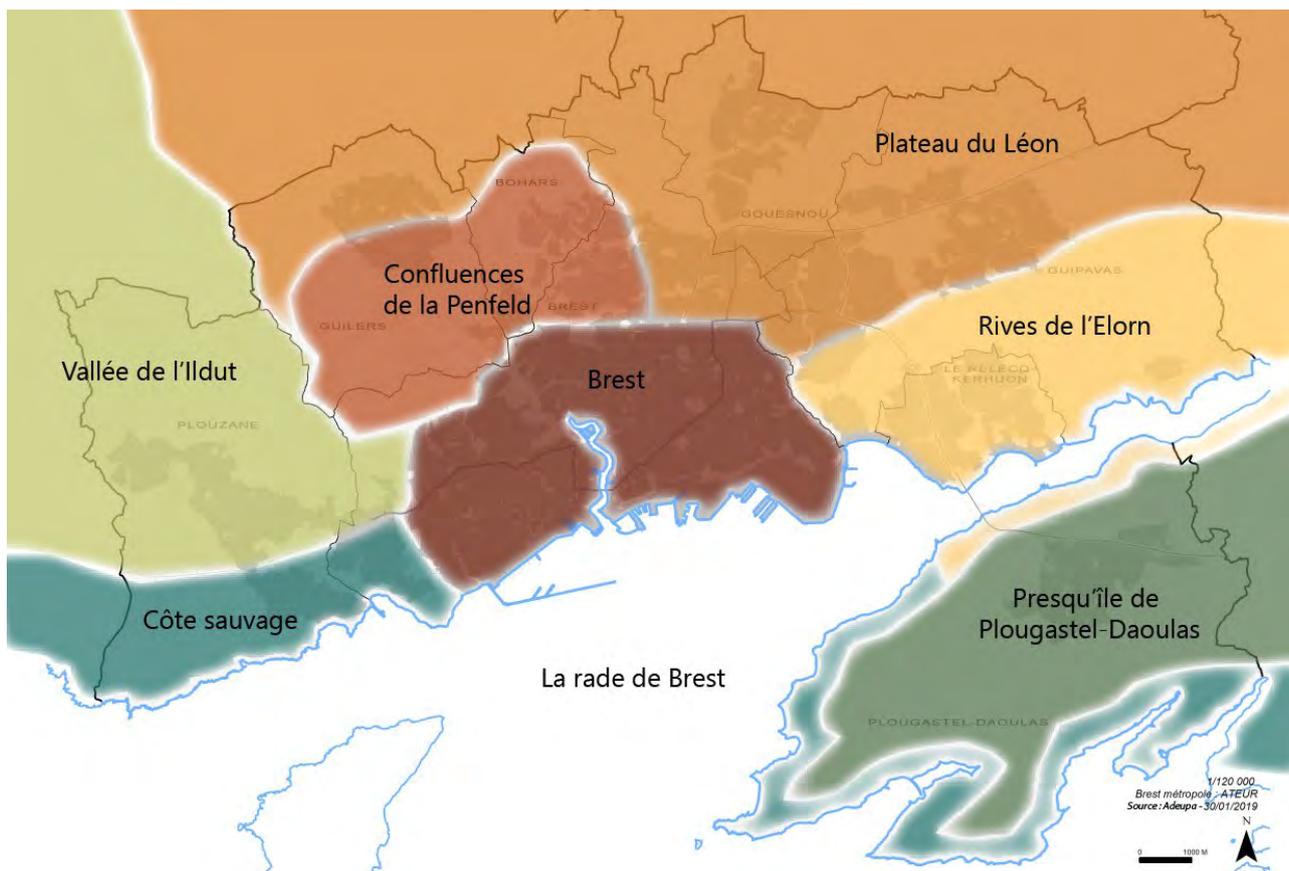
L'appréhension du paysage passe par la sélection de fragments de territoire qui ont une homogénéité. Une correspondance entre l'activité humaine, le milieu naturel et géographique permet de préciser une typologie de paysage. Ce processus est également influencé par les représentations et l'imaginaire des populations.

Sur le territoire de Brest métropole, il existe une grande diversité d'espaces ou éléments, naturels ou non qui caractérisent les paysages du territoire : les terres cultivées, les boisements, les vallons et le réseau hydrographique, la rade, les espaces urbains... Ces éléments participent en partie à la caractérisation des entités paysagères décrites ci-dessous.

Les entités paysagères de Brest métropole ont été définies à partir d'analyses cartographiques, de lectures, et surtout d'une observation sensible sur le terrain. Elles sont le reflet d'un premier regard sur le territoire, sur ses composantes et son fonctionnement. La définition de ces unités de paysage pose les bases de la réflexion sur le territoire.

Le territoire de Brest métropole est constitué de huit grandes unités de paysage :

- la côte sauvage ;
- la vallée de l'Ildut ;
- la presqu'île de Plougastel-Daoulas ;
- les rives de l'Elorn ;
- les confluences de la Penfeld ;
- Brest ;
- la rade de Brest ;
- le plateau du Léon.



Les entités paysagères © Brest métropole

## LA CÔTE SAUVAGE

La côte sauvage constitue un archétype des côtes bretonnes, incarnant une côte rude, rocheuse, malmenée par les vents et les marées, et d'une beauté sauvage.

Un chemin côtier longe le littoral, rendant cette côte accessible, hormis au niveau de la zone urbaine de Brest. En effet, l'occupation militaire et portuaire d'une partie de celle-ci l'interdit au public. Plusieurs chemins de grande randonnée croisent cette sente, permettant des liens avec l'arrière-pays par le biais des vallons. Certains de ces vallons sont aménagés (vallon de la Maison Blanche par exemple).

## LA VALLÉE DE L'ILDUT

La Vallée de l'Ildut est une large vallée orientée sud est / nord-ouest. Elle est délimitée au nord-ouest par le Plateau de Guilers et au sud par la crête de Plouzané. La rivière prend sa source sur la pente de la crête de Plouzané au niveau de Kermerrien et finit en aber sur la côte ouest du Léon où ses eaux se rejettent dans la mer. L'Ildut est un petit cours d'eau dans une vallée très large. La vallée doit son profil à son héritage de grand fleuve du tertiaire. En effet, il y a trente millions d'années, l'Ildut et la Penfeld formaient un aber unique qui coulait dans une direction sud-est/nord-ouest. Aujourd'hui amputé de la Penfeld, l'Ildut n'est plus qu'un mince cours d'eau. Cependant, les traces de la vallée morte de l'Aber Penfeld-Ildut offrent un paysage généreux avec, depuis le haut des plateaux qui la cernent, le dégagement de vues lointaines qui viennent embrasser l'ampleur de la vallée.

Hormis la présence de quelques corps de ferme, de nombreux moulins et d'une menuiserie, la Vallée de l'Ildut n'est pas urbanisée. Le bourg de Guilers au nord-ouest et la crête urbanisée de Plouzané sont les deux entités urbaines qui la cernent. La vallée est dominée par les cultures fourragères et les pâtures, avec un parcellaire très distendu.



Les deux ponts enjambant l'Elorn © Thierry Joyeux / Brest métropole

## LA PRESQU'ÎLE DE PLOUGASTEL-DAOULAS

La commune de Plougastel-Daoulas est installée sur une vaste presqu'île composée de quatre plateaux allongés orientés nord/ouest. Ces plateaux sont découpés par des abers boisés dont les embouchures ont façonné des anses profondes. Une côte très découpée permet de profiter de nombreuses vues sur la rade de Brest.

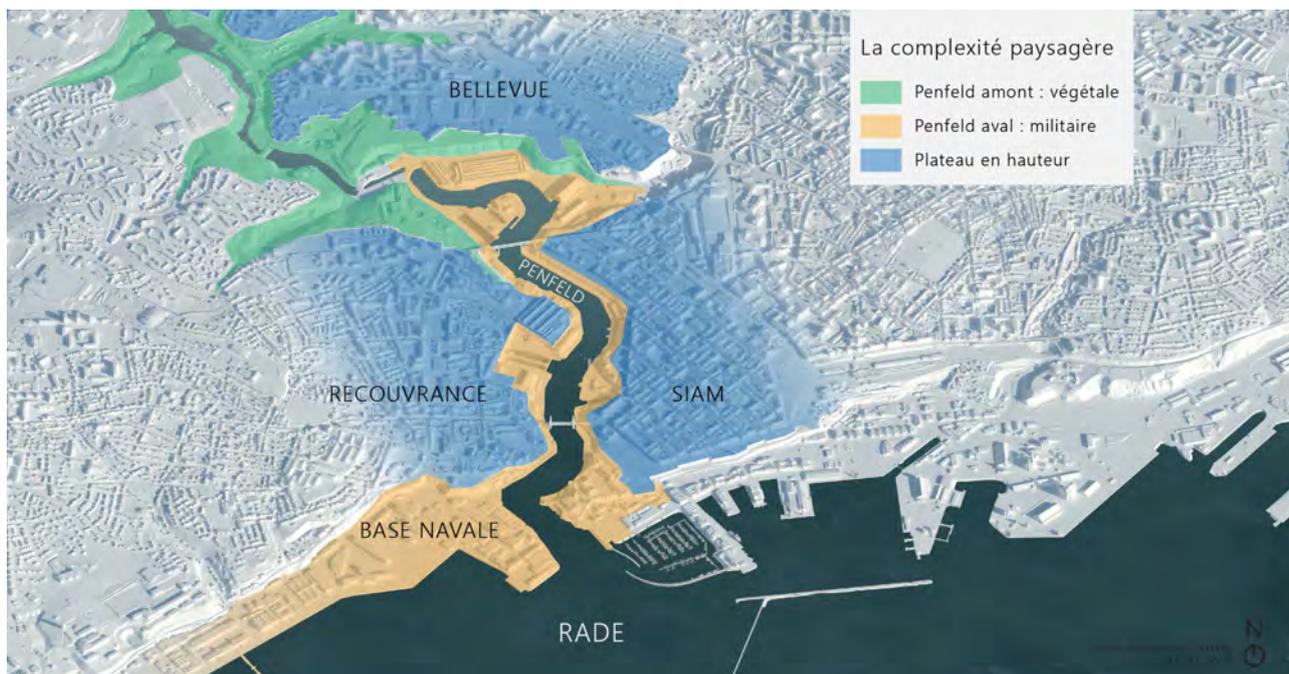
Un pôle principal s'est implanté en haut de plateau, c'est le bourg ancien. Des villages et hameaux, mode d'habitat rural, quadrillent la presqu'île de manière régulière. Le parcellaire a été très peu remembré, on observe donc un maillage bocager très dense. La culture hors-sol est très dynamique, notamment grâce à la « fraise de Plougastel » et la tomate. Dans les anses, des petits ports ou des zones de mouillage cohabitent avec l'activité ostréicole.

## LES RIVES DE L'ELORN

L'Elorn est la rivière qui marque la frontière entre le Pays Léonard et Cornouaillais.

Le paysage de l'Elorn est significativement marqué par les deux ponts qui l'enjambent : le pont Albert Louppe, un pont de 1930 désormais dédié aux modes actifs et le pont de l'Iroise, inauguré en 1994. Il marque l'arrivée à Brest pour l'automobiliste arrivant du sud, et marque aussi symboliquement la limite entre la rade de Brest et l'Elorn.

Sous influence de la mer, le rivage (grèves et vasières) se couvre et se découvre au rythme de la marée. De part et d'autre, les constructions ponctuent un paysage de ripisylve très proche du cours d'eau.



Les paysages de la Penfeld © Brest métropole

## LES CONFLUENCES DE LA PENFELD

Au nord de Brest, la Penfeld qui était orientée nord-est/sud ouest coude pour s'orienter vers le sud. À ce niveau, elle est rejointe par quatre affluents, gagne en ampleur et prend sa figure de fleuve estuarien.

Ces quatre affluents dessinent la limite de cinq plateaux : le plateau de Guilers, le plateau de Bohars, le plateau du Spenot, le plateau de Brest-nord et le plateau de Brest-ouest. Ils délimitent également la frontière entre trois communes : Brest, Guilers et Bohars.

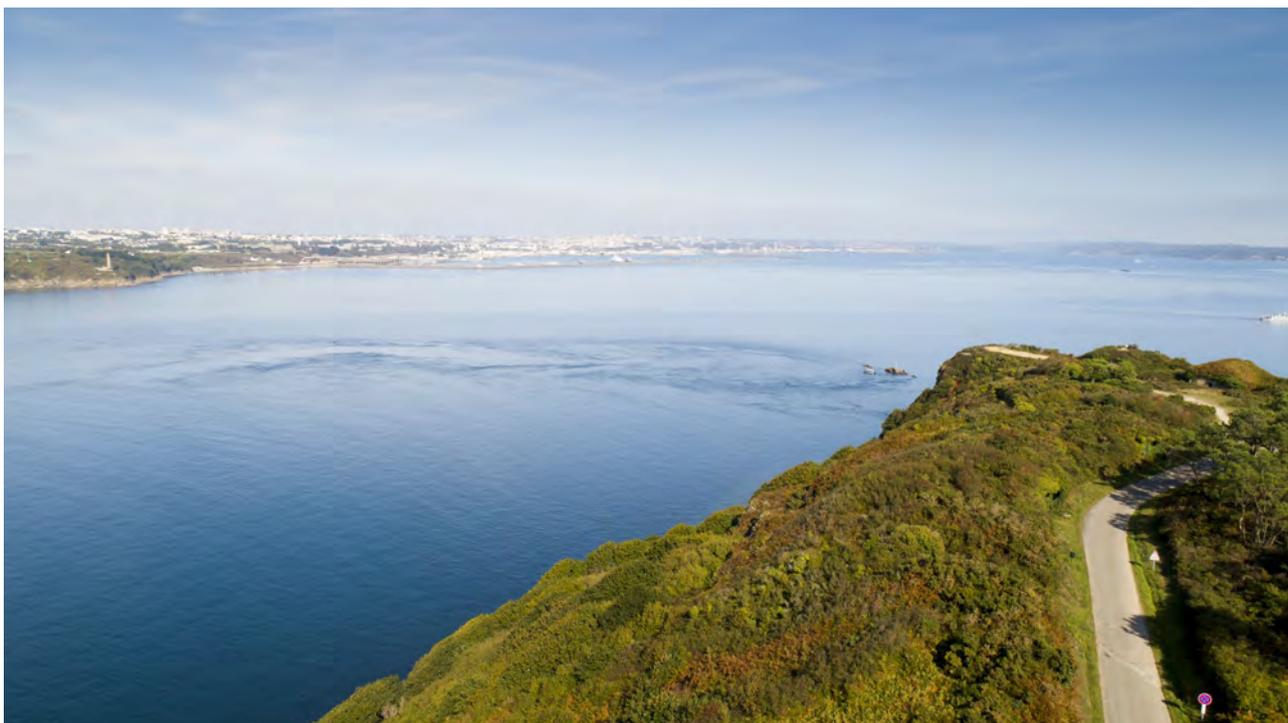
Cette zone de confluences est un carrefour géographique et communal qu'appuie encore la connexion artificielle avec la rivière Ildut par la présence d'un canal construit en 1886 pour alimenter l'étang de Villeneuve et accroître les capacités de forges destinées à l'activité militaire.

## BREST

Pièce la plus significative du maillage urbain de la métropole, Brest tire une partie de son entité paysagère de la géographie de la ville. Un ensemble de vallons taillent l'espace et permettent un jeu de nivellement et de belvédères propices aux points de vue sur la ville. Cette topographie autorise une co-visibilité entre les différents quartiers de la ville, les éléments architecturaux saillants (église Saint-Louis, tour de Quéliverzan, pylône du téléphérique, pont de Recouvrance...) ou bien encore des espaces naturels qui se présentent sous une forme plus ou moins aménagée : Stang Alar, parc des rives de Penfeld, vallée de Sainte-Anne, vallée du Costour.

Au-delà des vallons, des « jardins belvédères » au sein de la ville haute créent une continuité de promenades permettant de profiter de panoramas exceptionnels sur la rade (jardin Beautemps Beupré, Cours Dajot), certains abritent des collections végétales (jardin des Explorateurs).

Le vallon de la Penfeld illustre sans doute au mieux cette complexité paysagère qui se joue dans les trois dimensions : une partie amont davantage tournée vers le vert, une partie aval occupée historiquement par la base navale et de ce fait totalement anthropisée et enfin une succession de plateaux en hauteur qui accueillent la ville et ses activités (Bellevue, Siam, Recouvrance).



La rade et la ville de Brest depuis la Pointe des Espagnols à Roscanvel © Martin Viezzer / Brest métropole

## LA RADE

La rade est l'élément fédérateur de l'ensemble des paysages de la métropole. Cette baie est reliée à l'océan Atlantique (mer d'Iroise) par le goulet de Brest.

Sur 18 000 ha et un linéaire de 350 km, la rade rassemble des paysages marqués par l'intervention humaine avec des polders, des infrastructures maritimes, des morceaux de ville, des ponts... mais également des paysages naturels composés de falaises, de plages, de vallons... La partie Est de la rade comporte des zones naturelles d'intérêt écologique, floristique et faunistique (ZNIEFF de type 1 et 2) et des zones Natura 2000 pour sa grande diversité d'habitats naturels, sa productivité biologique et sa biodiversité très élevée avec quelques sites d'importance communautaire européenne pour les oiseaux.

## LE PLATEAU DU LÉON

Le Plateau du Léon, situé à l'extrémité nord-est de la métropole, se caractérise par une morphologie très plane et la présence des sources d'un nombre important des cours d'eau de Brest métropole.

À l'origine, le plateau du Léon est un territoire agricole comprenant de grandes zones de cultures intensives. De nombreuses exploitations de cultures hors-sol sous serres s'y sont également implantées, à proximité de la RN 12.

Cependant le visage agricole de ce territoire a changé considérablement durant les dernières décennies et continue de changer de façon très rapide. Sa topographie peu contraignante et sa situation en entrée de métropole a permis l'implantation de nombreuses entreprises qui ont transformé un paysage agricole bocager.

## LES POINTS DE VUE SUR LES ENTITÉS PAYSAGÈRES

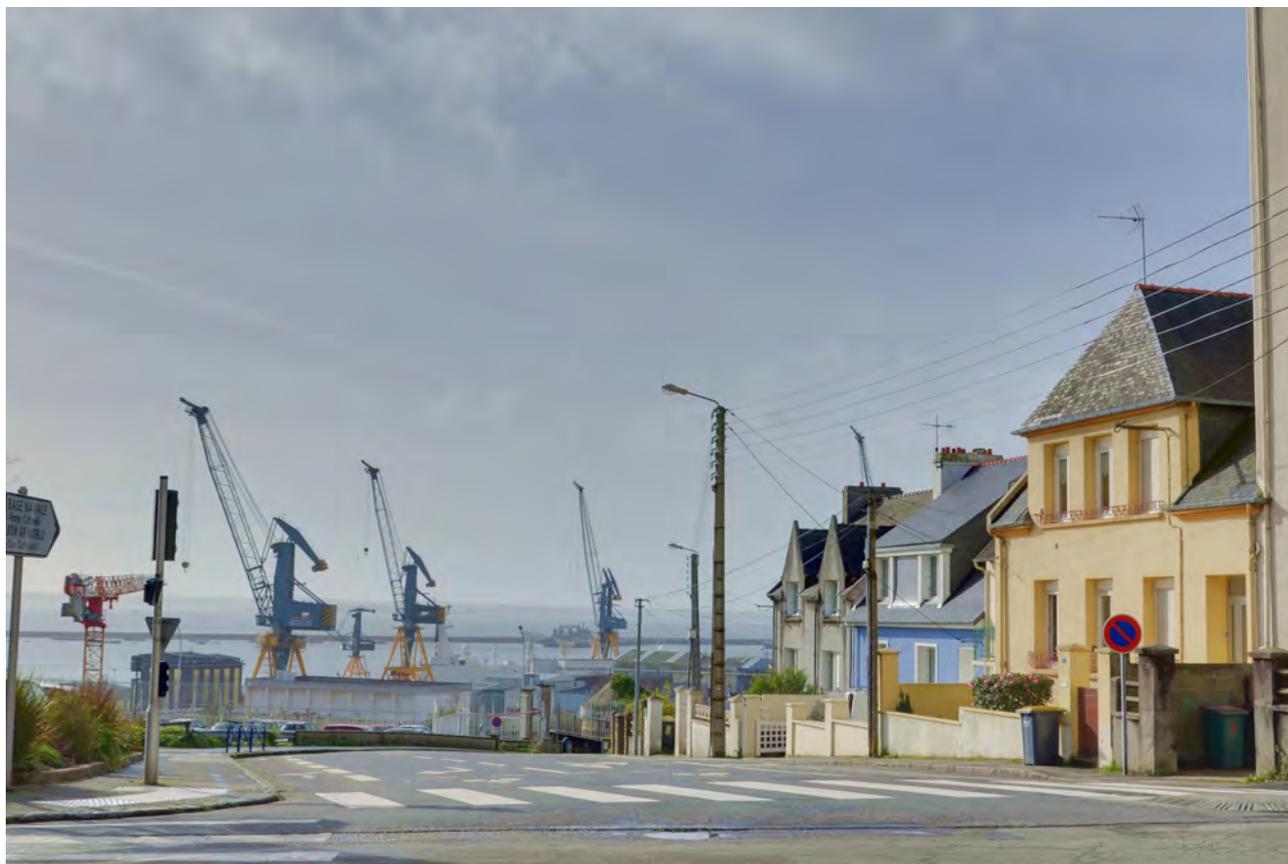
Le relief et la frange littorale abritent de nombreux belvédères qui offrent des points de vue panoramiques remarquables sur le paysage naturel : la rade de Brest, les sources de l'Aber Ildut, l'espace rural et le réseau bocager, les espaces naturels littoraux de la presqu'île de Plougastel-Daoulas, du goulet de Brest, ou de l'estuaire de l'Elorn...

Les rues de Brest ou du Relecq-Kerhuon, laissent également entrevoir certaines perspectives surprenantes sur la rade de Brest. Les vues sont tantôt cadrées par le bâti tantôt complètement ouvertes sur le grand paysage.

A l'intérieur des terres, quand la végétation ne fait pas écran, les points hauts du plateau léonard et des crêtes de la presqu'île offrent quelques perspectives sur des éléments paysagers ponctuant la campagne.

Voici quelques exemples de points de vue sur le territoire :

- vues plongeantes sur la rade depuis les rues situées à Siam, Saint-Marc et Saint-Pierre ;
- vues sur la Penfeld depuis la « ville haute » (bd Jean Moulin et les ponts de Recouvrance et de l'Harteloire) ;
- vues hautes sur la Rade depuis les pointes (Portzic, Dellec, Minou, L'Armorique, Doubidy...), le jardin des Explorateurs, le cours Dajot, le parvis de la gare, le pont Albert Louppe, Keraliou, les Rochers de l'Impératrice... ;
- vues « bord de l'eau » : Sainte-Anne-du-Portzic, port de Commerce, Moulin Blanc, Camfrout, Le Passage, Larmor, Tinduff... ;
- vue en belvédère depuis le parc d'Eole sur l'ouest de l'agglomération ;
- vue depuis le sud du bourg de Guipavas sur le vallon de Kerhuon et le viaduc de la voie ferrée ;
- vues depuis le sud-ouest de la commune de Guilers sur la vallée de l'Ildut et sur l'affluent ouest de la Penfeld, avec la ville de Brest en second plan...



Route de la Corniche à Brest © Pierrick Ségalen / Brest métropole

## Les entités naturelles

Les entités naturelles assurent plusieurs fonctions au sein du territoire. Tout d'abord ce patrimoine naturel sert de relai écologique au sein des espaces minéralisés et assurent une dynamique à la biodiversité grâce au système de la trame verte et bleue (TVB) et de l'armature verte urbaine (AVU).

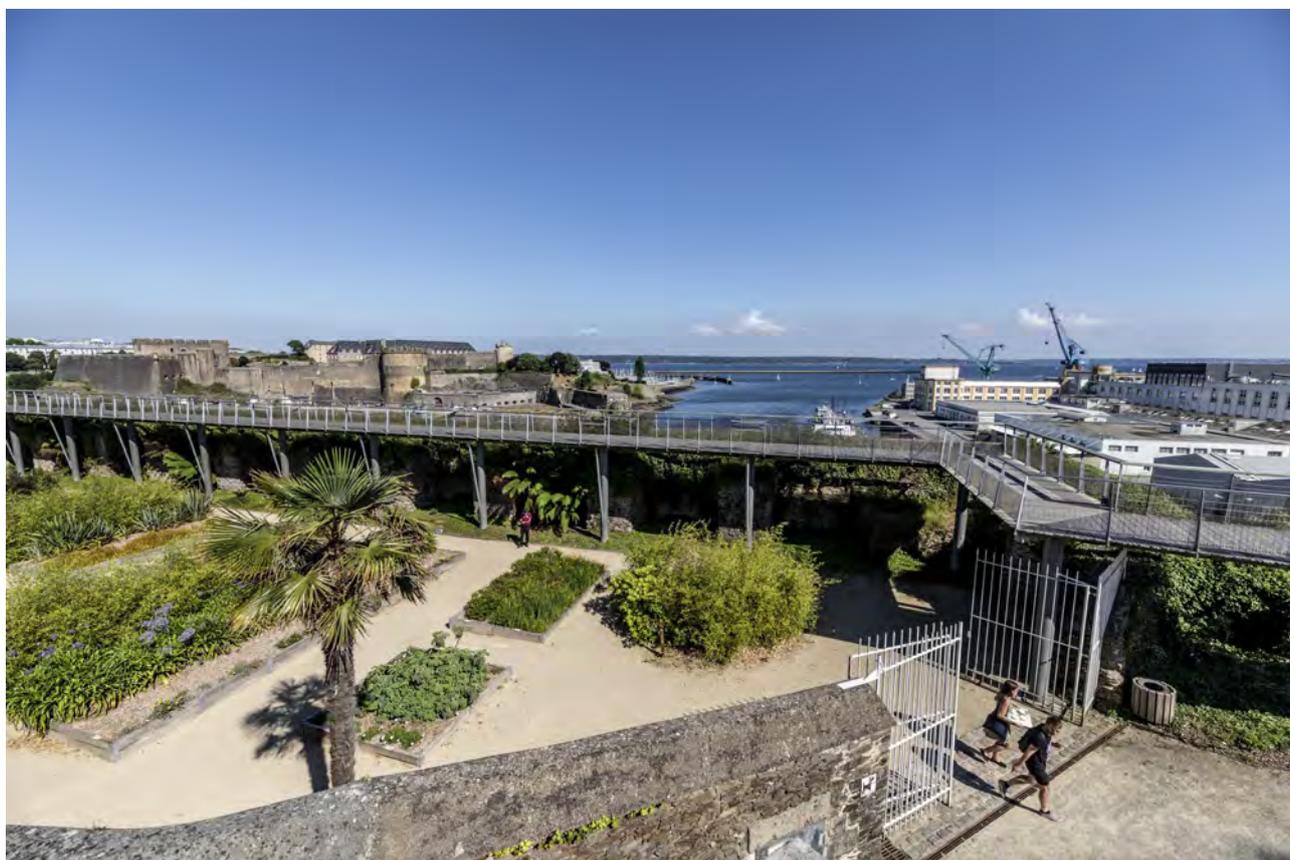
La trame verte et bleue se développe aussi bien en milieu terrestre (trame verte) qu'aquatique (trame bleue) s'appuyant sur la notion de réseaux. Elle est constituée par des cœurs de biodiversité, qui correspondent à des zones riches en biodiversité, reliés entre eux par des connexions (bois, bocages...). Cette mise en réseau favorise la dispersion d'espèces mais elle profite également aux habitants (zone de détente, déplacements actifs...).

L'armature verte urbaine vient compléter la trame verte et bleue, toujours dans une logique de connexion et de mise en réseau. Elle correspond au prolongement de la trame verte et bleue dans le tissu urbain (la nature en ville). Cette armature est constituée par des vallons, des portions de littoral, des cours d'eau, des boisements, mais aussi par des parcs, squares, jardins, cœurs d'îlots, massifs arbustifs, pelouses, plantations d'alignements, etc. Les espaces privés sont également pris en compte

car ils peuvent participer aux continuités écologiques via des jardins, le traitement des espaces de transition, les clôtures... outre des enjeux environnementaux importants (climat et biodiversité en ville), l'armature verte urbaine joue un rôle sur la qualité de vie incluant des aspects de déplacements, de socialisation, de santé et bien-être etc. Elle participe également à renforcer l'attractivité touristique et à améliorer l'image et l'ambiance de la métropole.

La nature occupe près d'un quart du territoire (environ 5 000 ha - hors rade de Brest). L'agglomération brestoise offre de nombreux accès à cette nature qui se présente sous différentes formes. Plus de 200 points d'accès ont été identifiés sur les 8 communes de Brest métropole et 580 km de chemins de randonnée recensés. Ils sont répartis de manière diffuse et relativement homogène aux abords de ces « espaces de nature ». Ils permettent d'accéder au littoral, à la rade de Brest, aux vallées et vallons qui parcourent l'agglomération, aux chemins creux, aux espaces verts, aux parcs d'agglomération, aux zones boisées, aux zones humides et aux cours d'eau...

La fréquentation de cette nature sur Brest métropole varie considérablement en fonction des secteurs et du contexte (proximité, accessibilité, lisibilité, aménagement et qualité des sites).



Le jardin des Explorateurs © Franck Bétermin / Brest métropole

Les espaces de liaison entre terre et mer, comme le vallon du Stang Alar, le sentier côtier, les rives de Penfeld, les abords du pont Albert Louppe et certaines plages (Moulin Blanc, Minou, le passage, Porsgwen...) font partie des lieux les plus fréquentés de l'agglomération. Marqueurs identitaires de la métropole, ces espaces ont fait l'objet d'aménagements destinés à les mettre en valeur en facilitant l'accueil du public et en privilégiant les déplacements à pied ou à vélo.

Certains « espaces naturels de proximité » moins emblématiques ou d'intérêt plus local sont également très fréquentés par la population (le Parc de l'Archantel, la prairie Saint Gouesnou, la vallée de Champagne, la vallée de Coatmez, la prairie de Lossulien, le vallon de Mesnos, l'anse de Kerhuon, la vallée du Cam, Prat Hir, Kermengleuz, le bois de Keroumen, le bois de la brasserie...). Le niveau d'aménagement destiné à l'accueil du public sur ces sites est globalement plus sommaire, et peut varier sensiblement d'un site à l'autre.

Les espaces verts de la métropole représentent ainsi 800 ha répartis parmi les typologies suivantes :

- 155 parcs, jardins et squares couvrant une superficie d'environ 90 ha ;
- grands parcs d'agglomération (180 ha) : le vallon du Stang Alar, les rives de la Penfeld et le bois de Keroual ;
- 280 ha d'espaces naturels aménagés : vallée du Costour, vallée de Sainte-Anne, bois du Petit Moulin, bois de Keroumen etc ;
- un patrimoine de 250 ha en accompagnements de voirie et de bâtiments publics ;
- un patrimoine boisé et arboré qui couvre 90 ha avec environ 35 000 arbres aujourd'hui estimés dont 12 000 arbres d'alignement ;
- ces espaces accueillent également de nombreux équipements de loisirs : zones de jeux, plateaux sportifs, parcours sportifs... La zone urbaine compte ainsi 151 zones de jeux et 82 zones d'agrès et multisports.

La surface d'espaces verts par habitant est d'environ 38 m<sup>2</sup> (moyenne nationale : 25 m<sup>2</sup>) répartie entre des espaces d'intérêt de quartier (20,6 m<sup>2</sup>/hab) et des espaces d'intérêt d'agglomération (17,6 m<sup>2</sup>/hab).

## L'ACCÈS À LA NATURE

### Les ZNIEFF

Le territoire de Brest métropole regroupe des milieux exceptionnels, en particulier sur sa frange littorale et en mer. Ainsi des Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF) de type 1 ou 2 sont répertoriées :

- les tourbières de Kersquivit - Bodonnou, sources de l'Aber Ildut, (Plouzané – Guilers) ;
- le fort du Dellec, 11 ha (Plouzané) ;
- l'étang de Kerhuon, 41 ha (Le Relecq-Kerhuon – Guipavas) ;
- le bois de Kérérault et les rochers de l'Impératrice, 25 ha (Plougastel-Daoulas) ;
- l'anse de Penfoul, 80 ha (Plougastel-Daoulas – Loperhet) ;
- la ZNIEFF de type 2 de la baie de Daoulas – Anse de Poulmic et figure également en ZICO.

À cela s'ajoutent les deux ZNIEFF marine de type 2 de la rade de Brest :

- la ZNIEFF marine de type 2 du goulet de Brest et de la pointe des Espagnols ;
- la ZNIEFF marine de type 2 de la pointe de l'Armorique, Ile Ronde.

### Les sites Natura 2000

Parallèlement, deux grands sites NATURA 2000 sont pour partie situés sur le territoire de la métropole :

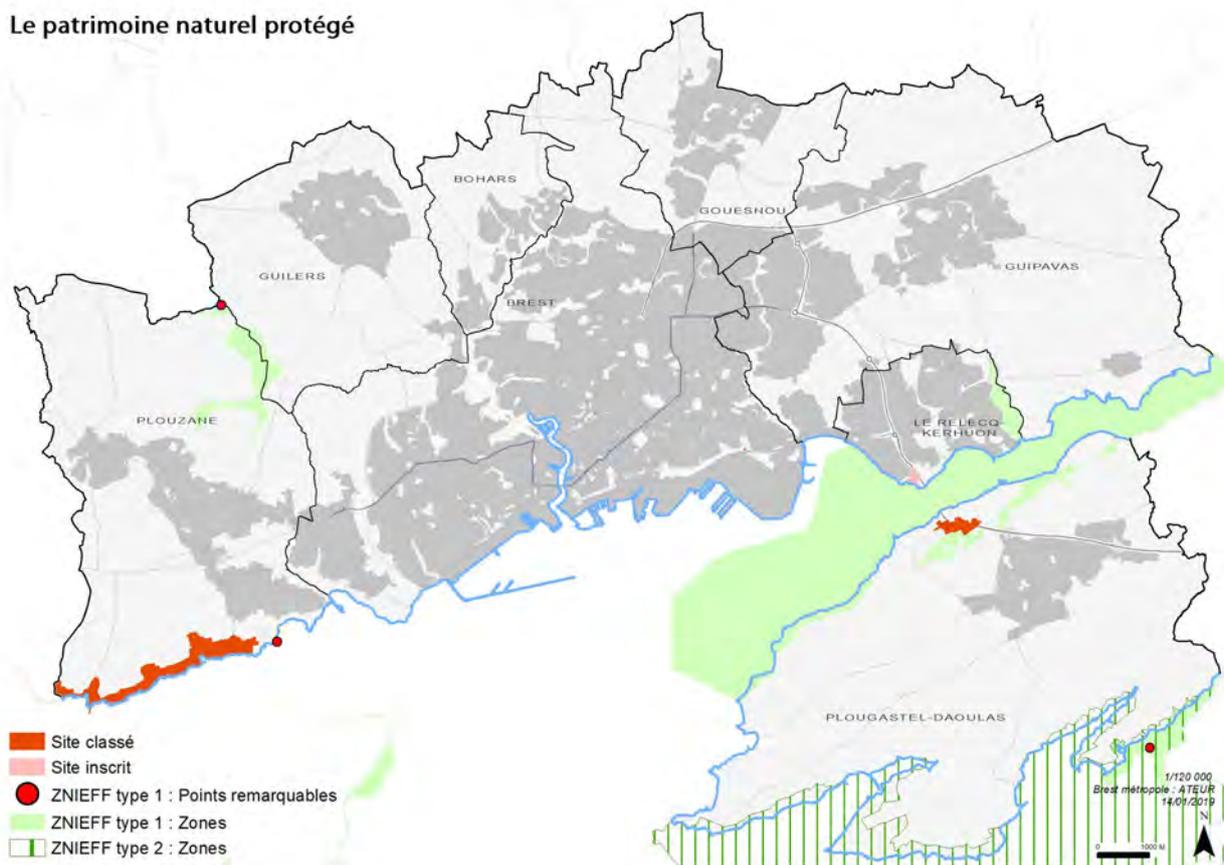
- le site de la rivière de l'Elorn FR 5300024 (Guipavas, Le Relecq-Kerhuon, Plougastel-Daoulas) ;
- les sites Natura 2000 « rade de Brest-estuaire de l'Aulne » ZCS FR 5300046 et Natura 2000 « Rade de Brest Baie de Daoulas anse du Poulmic » ZPS FR5310071.

### Les sites et monuments naturels

Plusieurs secteurs sont protégés au titre des monuments naturels et des sites, leur conservation ou leur préservation générale présentant au point de vue artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque un intérêt général :

- rive nord du goulet de la rade de Brest, site classé le 8 janvier 1980 ;
- abords du Pont Albert Louppe à Plougastel-Daoulas, site classé le 2 février 1928 ;
- abords du Pont Albert Louppe à Le Relecq-Kerhuon, site inscrit le 9 mars 1934 ;
- chapelle et ancien cimetière du vieux Saint-Marc, site classé le 23 octobre 1934 ;
- placître Saint-Jean avec ses arbres et ses clôtures, site inscrit le 9 mai 1931.

### Le patrimoine naturel protégé



# Le patrimoine bâti

## TYOLOGIE DES TISSUS URBAINS

En matière d'architecture et de tissu urbain, l'analyse typologique est une démarche consistant à définir un certain nombre de types de formes urbaines afin d'en faciliter la compréhension. Cette analyse permet de caractériser des paysages urbains.

### La composition en îlots

Elle correspond à la période de la reconstruction et présente trois grandes typologies de tissus urbains.

### Le centre reconstruit

La Reconstruction a suivi une trame orthogonale avec des largeurs de voies de 10, 15 et 20 m. Elle est caractérisée en général par des îlots fermés de tailles et formes variées offrant un parcellaire complexe et diversifié. Les modèles architecturaux prédominants sont « modernistes » et « post-modernistes » avec des influences régionalistes et art déco.

Dans l'ensemble, le bâti est continu et à l'alignement des voies, d'une hauteur dominante de 4 à 5 niveaux, offrant des façades sur rue lisses et continues. A l'inverse, les cœurs d'îlot, avec des bâtis d'épaisseur variable, offrent

de nombreux décrochés. Ils sont très fortement minéralisés, par des parkings ouverts ou fermés.

L'emprise au sol des constructions (annexes comprises) se situe autour de 80 – 90% de la surface des îlots.

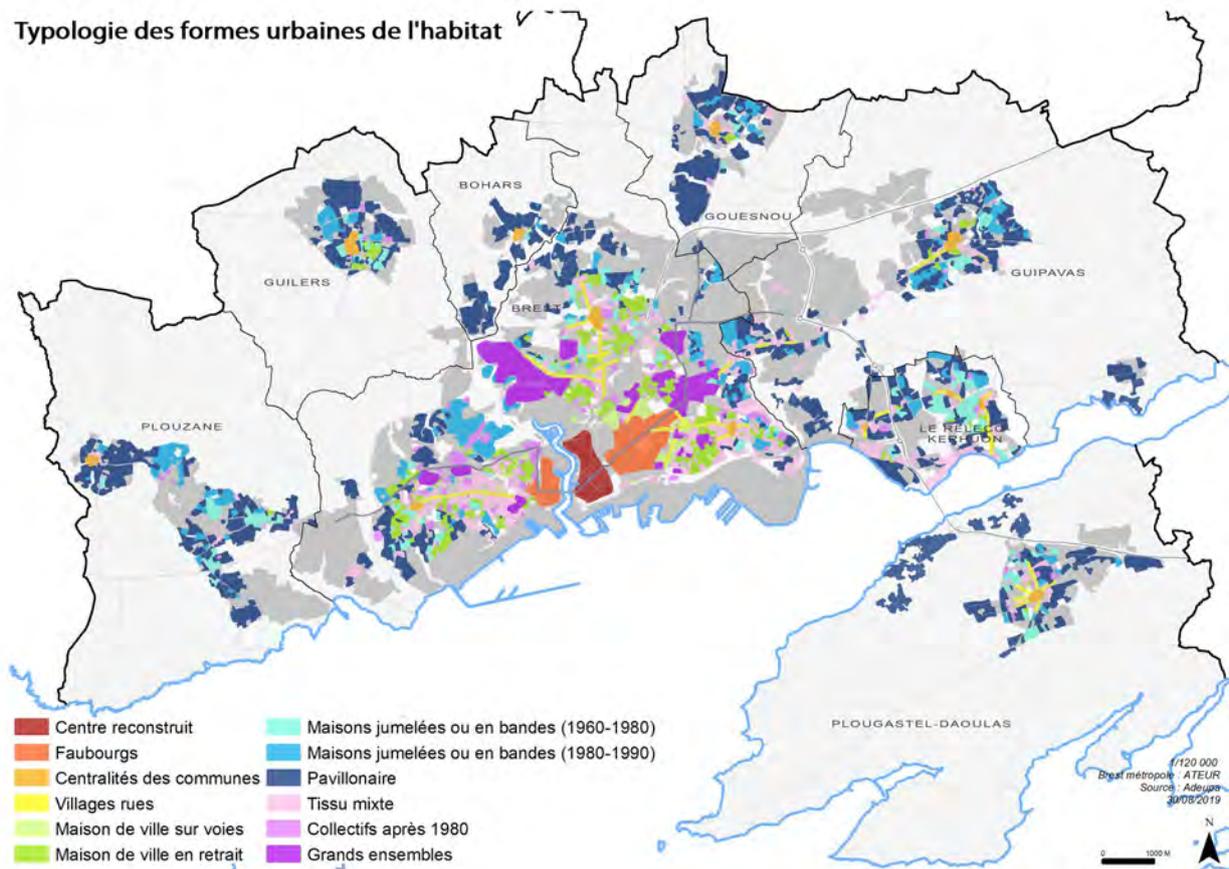
### L'annexion et Recouvrance

Cette trame plus complexe est composée d'îlots fermés de forme et de taille irrégulière. Le parcellaire présente des tailles et proportions variables (parcelles carrées, en lanières...) Cette morphologie exprime l'histoire de ces quartiers anciens qui font majoritairement cohabiter le bâti du XIX<sup>ème</sup> et du XX<sup>ème</sup> siècle, et plus rarement du XVIII<sup>ème</sup> siècle.

Dans l'ensemble, le bâti est continu, à l'alignement des voies et mitoyen, d'une hauteur dominante de 4 à 5 niveaux, offrant des façades sur rue lisses et continues. L'emprise au sol de chaque îlot est très forte, due notamment aux constructions annexes.

Le bâti est hétérogène avec une grande diversité en termes de composition des façades et de couleurs et matériaux employés. Les rythmes verticaux des façades sont appuyés par la coloration d'éléments tels que les volets, la présence de ferronneries et les appuis de fenêtres marqués.

## Typologie des formes urbaines de l'habitat





Un immeuble de la Reconstruction © Stéphanie Corfec / ADEUPa Brest Bretagne



Le quartier de Kerigonan © Jean Yves Guillaume / Brest métropole

### Les maisons de ville

Elles ont été construites sur une période allant de 1920 à 1980 sous deux formes : en alignements sur voies (sur la période 1920-1960) ou en retrait de celles-ci (de 1940 à 1980). Construites sur des parcelles étroites et profondes (en lanières), elles sont mitoyennes.

Les maisons de ville en alignement des voies constituent des îlots fermés dont le cœur est composé de jardins privatifs. La hauteur du bâti varie de 1 à 3 niveaux.

Les maisons de ville en retrait des voies constituent soit des îlots fermés ou présentent des bandes parallèles de constructions. La hauteur du bâti varie également de 1 à 3 niveaux. Elles présentent pour la plupart un traitement de clôtures homogène sur l'ensemble des constructions.

### La composition en rues

Le village rue : ces constructions correspondent aux anciens faubourgs, installés le long des axes historiques d'entrées de ville. Le parcellaire en lanière, perpendiculaire à la voie, est celui de la maison de ville en alignement des voies, avec des profondeurs variables et ne générant pas d'îlots. La forme urbaine est linéaire et continue, avec une hauteur de bâti variant de 1 à 3 niveaux.

L'implantation majoritairement à l'alignement des voies et en mitoyenneté dessine des limites très lisibles entre l'espace public et privé, donnant une impression d'homogénéité, alors que la composition des bâtis est très hétérogène. Ce bâti est composé majoritairement d'architecture « quotidienne », sans éléments singuliers du point de vue volumétrique et du dessin. Les maisons de ville de faubourg côtoient des immeubles, le bâti

traditionnel des constructions plus récentes et une architecture plus contemporaine y fait son apparition.

### Le centre-ville des communes hors Brest ainsi que les centralités des quartiers de Brest

La trame urbaine très complexe s'est constituée à partir des croisements des anciennes voies, en imposant un découpage complexe, au gré des opportunités.

Différentes formes urbaines cohabitent, de la maison de bourg à l'alignement autour de la place à l'habitat plus rural en arrière, implanté le long des chemins. Des formes plus récentes (de type pavillonnaire) y ont également trouvé place.

Les hauteurs moyennes varient de 2 à 3 niveaux.

### La construction libre

Ce sont des quartiers résidentiels qui se sont développés en péri-centre, en second rideau par rapport aux axes historiques d'entrées de ville.

### Les grands ensembles

Ils constituent des morceaux de ville, créant des quartiers ou des îlots entiers. L'organisation spatiale est sous forme de plan libre avec une emprise au sol faible. La forme urbaine varie de la tour à la barre de logements, assez cubique, avec un dessin de façade simple soulignant les lignes droites (verticales et horizontales). Les espaces extérieurs font rarement l'objet d'un traitement qualitatif et accueillent le plus souvent les stationnements et de grandes zones enherbées plantées nécessitant un entretien important.



Le centre de Guilers © Jean Yves Guillaume / Brest métropole



Rue Gustave Eiffel à Guilers © Jean Yves Guillaume / Brest métropole

### Le collectif diffus

Les opérations sont composées de quelques bâtiments insérés dans un tissu parcellaire classique. Selon les cas, elles respectent le tissu existant ou elles s'en affranchissent.

### Le pavillonnaire

La trame de l'espace public est complexe avec une hiérarchisation faible des voies et des impasses fréquentes. Les voies sont larges avec des placettes souvent sans réelles fonctions urbaines en tant qu'espace public.

Le parcellaire est assez homogène, avec des formes rectangulaires, contrairement au parcellaire plus ancien en forme de lanières. Il y a peu de diversité de tailles entre parcelles d'un même lotissement (de 400 à 500 m<sup>2</sup> en moyenne). Le parcellaire suit les voies avec des limites séparatives perpendiculaires à celles-ci. Les hauteurs varient de 1 à 2 niveaux et combles. Il s'agit de quartiers « monoproduits » dont l'expression architecturale obéit principalement à deux courants : la maison traditionnelle « régionaliste » et une architecture « post-moderne » avec une volumétrie simple cubique.

### Les secteurs construits à l'identique

Le territoire de Brest métropole est marqué par la présence de nombreux ensembles de logements individuels denses construits à l'identique. Bâti à partir des années 50, ces logements bon marché, étaient destinés à loger rapidement une population modeste d'ouvriers et d'employés. Par souci d'économie, les futurs habitants se regroupent souvent pour construire eux même leur maison. Dans ce contexte d'après-guerre (manque de logements et de moyens), des sociétés coopératives et des associations se créent un peu partout. Ainsi, l'association des « Castors », initiée à Saint Nazaire (au niveau des chantiers navals), s'étend à l'ensemble du grand Ouest, et trouve à Brest un écho particulièrement important. Chaque adhérent s'engage dans une aventure collective, basée sur la solidarité et la mutualisation des compétences et des moyens.

Présentant un aspect très homogène, ces maisons de volume simple et compact (plan carré ou rectangulaire) sont en général construites sous forme de logements en bande avec jardin. Elles sont constituées de deux niveaux (rez-de-chaussée + étage) et coiffées d'un toit à faible pente (double pente symétrique en zinc le plus souvent, mais aussi toiture mono-pente).

La cohérence et l'homogénéité architecturale de ces ensembles résidentiels ont perduré jusqu'à nos jours. De ce fait, ils constituent un vrai témoignage de l'histoire architecturale et sociale du XX<sup>ème</sup> siècle et sont des marqueurs de l'identité du paysage brestois.

## Le patrimoine historique

Si la présence humaine est attestée sur son territoire depuis l'Antiquité, Brest métropole ne possède pas pour autant, au-delà de son château, de son arsenal et d'éléments religieux (calvaire de Plougastel...), un patrimoine historique conséquent de grande référence. Site défensif avant d'être une ville, construite pour les besoins militaires puis détruite, Brest et ses alentours se distinguent bien plus par leur fonctionnalité que par des éléments urbains notoires et une trame urbaine ancienne.

Développé à partir d'un éperon barré surmonté d'un castellum romain considérablement renforcé jusqu'à devenir une véritable forteresse lors des guerres de Succession de Bretagne (XIV<sup>ème</sup> siècle) et de la Ligue (XVI<sup>ème</sup> siècle), le site de Brest prend véritablement son essor au XVII<sup>ème</sup> siècle lorsqu'il fut choisi par Richelieu et Vauban pour devenir un port militaire. La mise en défense de la ville, du port et de la rade par un réseau de forts et de batteries, disséminées sur la côte et autour de la ville, en sus des remparts, a laissé un abondant patrimoine militaire, pour partie déclassé.

Parallèlement, les rives de la Penfeld sont couvertes de bassins et de bâtiments pour les besoins de la construction navale : magasins, corderies, hôpital, ateliers, forges, cales... Au XIX<sup>ème</sup> siècle, l'industrialisation de la construction navale nécessite la construction des ateliers des machines sur le plateau des Capucins et la multiplication des formes vers le fond de la Penfeld, sur les sites du Salou et de l'arrière-port.

La mise en service du pont tournant sur la Penfeld en 1861 et de la ligne de chemin de fer en 1865, la décision de déplacer le port de commerce vers le site de Porstrein en 1859 donnèrent de nouvelles perspectives à la ville et modifièrent considérablement sa physionomie. Dans cette ville située sur un plateau surplombant la ria encaissée et des falaises au sud, le lien entre la terre et la mer ne peut se faire que par de fortes rampes, de longues dessertes, des escaliers.

A l'extérieur des fortifications, les quartiers de faubourgs se développent le long de la route de Paris selon le plan régulateur de 1862, produisant un ensemble urbain homogène, aux façades régulières et strictes, avec bandeau et corniche, voire attique. Dès lors, la ville va grignoter le territoire rural, qui vivote d'une agriculture principalement vivrière. Les fortifications sont progressivement démantelées à partir de 1919, les quartiers de lotissements sortent de terre partout autour de la ville, la commande publique civile ou militaire donnent de nouveaux équipements.

Les bombardements de la Seconde Guerre mondiale ont détruit le centre-ville, les installations portuaires, mais aussi les centres bourgs des communes alentour. Lors de la reconstruction, le parti est pris d'arasement des ruines et des remparts, de niveler le sol, sur lequel prennent place de nouvelles constructions. Tandis que les centres sont rebâti, l'agglomération poursuit son extension.

De cette courte et chaotique histoire, où le fonctionnel a primé sur le culturel, la ville n'a pu établir un important patrimoine bâti. Néanmoins plusieurs bâtiments bénéficient de protections au titre des monuments historiques.

Brest métropole possède cependant des éléments bâtis et des tissus urbains dont l'ensemble apporte une cohérence au territoire. Les quartiers de faubourgs et de la reconstruction – reconnus par l'approbation d'une Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager (2001) et aujourd'hui d'une AVAP valant site patrimonial remarquable du centre-ville de Brest, le gabarit très homogène de l'habitat rural, le petit patrimoine lié à l'artisanat et à l'eau, et les multiples croix constituent les spécificités locales, souvent méconnues.

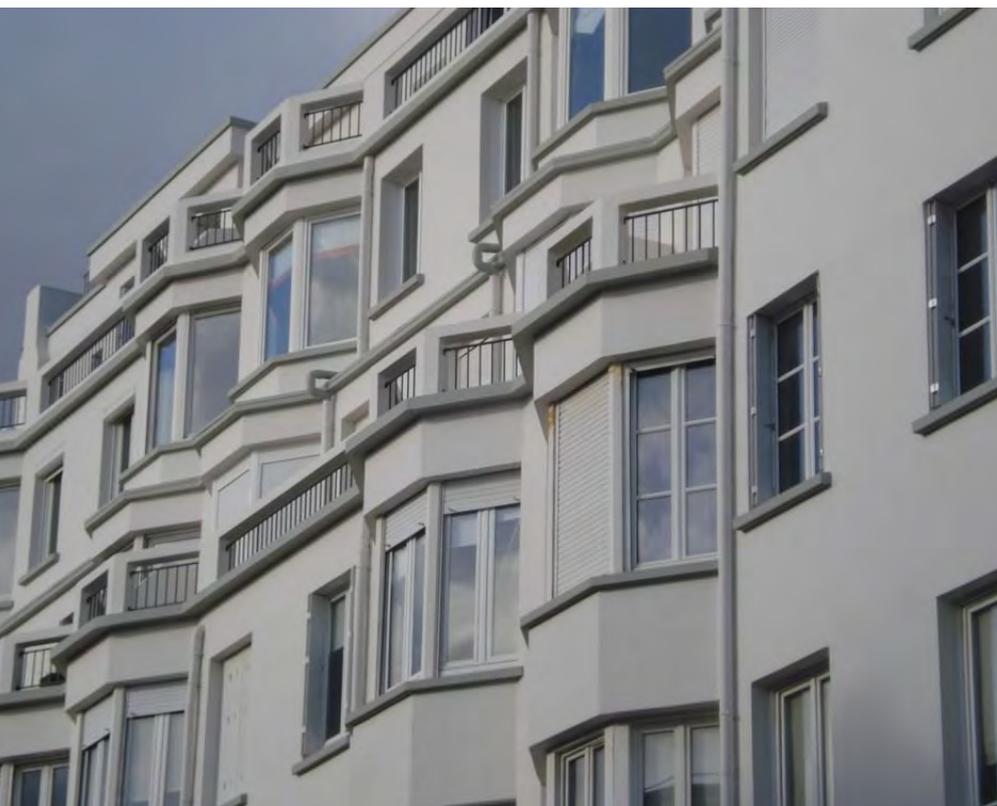
## Les monuments historiques

### Monuments historiques classés

Monument	Date	Commune
Calvaire	30/01/1881	Plougastel-Daoulas
Clocher et façade de la chapelle Notre-Dame-du-Rhun	22/07/1914	Guipavas
Eglise, arc de triomphe, fontaine	09/05/1914	Gouesnou
Enceinte fortifiée du château et façades de la caserne	21/03/1923	Brest
Bâtiment aux Lions	04/02/2011	Brest
Fort du Mengant et ses ouvrages associés	21/01/2014	Plouzané

### Monuments historiques inscrits :

Monument	Date	Commune
Chapelle Saint-Guérolé	03/06/1932	Plougastel-Daoulas
Chapelle Saint-Jean	03/06/1932	Plougastel-Daoulas
Quatre tumulus de Kerebars	06/06/1966	Guilers
Tumulus de Goarem Ar Dorguenn (sur Kersaint-Plabennec)	30/06/1966	Guipavas
Façade Sud du manoir de Lossulien et sa chapelle	20/12/1966	Le Relecq-Kerhuon
Ruines du château de Mesléan	16/04/1975	Gouesnou
Manoir de la Haye (sur Saint-Divy)	26/05/1977	Guipavas
La villa Mathon, le jardin et le mur de clôture	23/11/1995	Brest
Certains bâtiments de l'hôpital A. Morvan	12/06/1997	Brest
Mémorial américain de la Première guerre mondiale	27/07/2015	Brest
Auberge de jeunesse du Moulin Blanc	19/09/2018	Brest
Bâtiment des voyageurs de la gare ferroviaire	19/09/2018	Brest
Eglise Saint-Pierre-Saint-Paul	10/12/2018	Guipavas
Eglise Saint-Louis	12/12/2018	Brest
Eglise Sainte-Thérèse-du-Landais	15/02/2019	Brest



Immeuble de 1924 signé par l'architecte Aimé Freyssinet © Brest métropole



Le pont de Recouvrance © Franck Bétermin / Brest métropole

## L'architecture civile urbaine

Dès 2001, une zone de protection du patrimoine architectural urbain et paysager a été fondée avec pour mission de faire connaître, partager et valoriser le patrimoine architectural, urbain et paysager constitutifs du cadre de vie et de l'image de Brest.

En 2014, le Conseil de la métropole, a mis à l'étude la révision de la ZPPAUP en vue de la création d'une aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP), conformément à la loi portant engagement national pour l'environnement du 12 juillet 2010.

L'objectif principal d'une AVAP est la protection du patrimoine et la valorisation du bâti et des espaces dans le respect du développement durable : l'association à la démarche patrimoniale de la dimension environnementale constitue l'évolution majeure par rapport au régime des ZPPAUP.

Or les centres anciens appartiennent bien au registre du durable. Ils s'inscrivent fortement dans la dimension historique, en se renouvelant à chaque époque par les divers usages qui s'y développent. Dans ce cadre, la conservation et la mise en valeur du patrimoine participent pleinement à un tel développement : économie d'espace, économie d'énergies, matériaux durables, préservation des savoir-faire et d'un mode de vie urbain dense et mixte,... L'autre objectif ayant présidé aux dispositifs des AVAP est la volonté de clarifier les règlements des anciennes ZPPAUP, et d'améliorer leur

compatibilité avec ceux des PLU, afin de faciliter la gestion des projets entre la collectivité et l'architecte des bâtiments de France. A cet égard, l'AVAP doit être compatible avec le projet d'aménagement et de développement durables (PADD) du PLU de la métropole.

Dans ce souci de compatibilité, les objectifs de l'AVAP de Brest sont les suivants :

- valoriser la relation à la rade et la Penfeld en tirant parti de la topographie ;
- renforcer la présence de la nature en ville et mettre en scène un réseau d'espaces publics de qualité ;
- préciser les conditions de renouvellement urbain dans le centre-ville et réfléchir aux modalités d'évolution des formes et de la silhouette urbaines ;
- concilier préservation du patrimoine architectural et amélioration de la performance énergétique du bâti ;
- s'appuyer sur le patrimoine brestois comme levier d'attractivité et de développement économique.

## Les immeubles d'habitation

Les inventaires patrimoniaux issus de l'étude de l'AVAP ont montré que les immeubles présentant des caractéristiques architecturales sont nombreux sans pour autant qu'il y ait des édifices remarquables. Néanmoins, la production des architectes Crosnier, Philippe et Freyssinet se distingue pour la période d'Avant-guerre. Ce sont souvent des ensembles homogènes plutôt que des éléments isolés qui retiennent l'attention.



Fortifications de Quéliverzan © Jean Yves Guillaume / Brest métropole

### **Le patrimoine rural : habitat populaire et manoirs**

Comme l'habitat urbain, l'habitat rural ne possède guère d'éléments remarquables mais se caractérise par un gabarit et une organisation des façades récurrents. Maisons basses pour les plus anciennes, maisons à étage à partir du XIX<sup>ème</sup> siècle.

L'habitat rural le plus ancien et possédant le plus de caractéristiques se situe à Plougastel-Daoulas. Il se distingue notamment par la présence de très nombreux hameaux densément bâtis où se côtoient dans un tissu inextricable habitations, crèches, garages, appentis.

En outre, l'espace rural compte de nombreuses maisons nobles, à l'architecture variée, oscillant entre le poste de défense, la grande ferme et la maison d'agrément. Les rives de l'Elorn sont bordées de belles habitations bourgeoises à l'architecture éclectique caractéristique.

### **Le patrimoine religieux**

Des églises de composition classiques dans les centres-bourgs : Bohars, Gouesnou, Saint-Sauveur à Brest côtoient des églises issues de la Reconstruction : Saint-Louis, Saint-Luc, Notre-Dame du Bouguen, Notre-Dame du Landais (Brest),...

Le patrimoine religieux est également enrichi de chapelles, de croix, stèles christianisées, calvaires, qui sont très nombreux et variés notamment à Guipavas, Plouzané et Plougastel-Daoulas.

### **Le patrimoine militaire**

Omniprésent dans la ville de Brest et sur les côtes, le patrimoine militaire est certainement le plus marquant et présente les éléments les plus anciens du patrimoine. Les plus emblématiques sont certainement le château de Brest (XI<sup>ème</sup>-XVI<sup>ème</sup> siècles), la tour Tanguy (XIV<sup>ème</sup> siècle puis maintes fois remaniée), les forts du Portzic, de Montbarrey, de Keranroux, de Penfeld, la redoute du Questel, l'ouvrage à cornes de Quéliverzan (seconde moitié du XVIII<sup>ème</sup> siècle), les forts de la pointe de l'Armorique et du Corbeau à Plougastel-Daoulas...

### **La commande civile**

En dehors des édifices et constructions militaires, la commande publique a laissé de faibles traces à Brest. Les développements portuaires ont accaparé l'attention et les moyens financiers. Les bâtiments publics anciens intra-muros ont disparu ; la plupart datent de la Reconstruction. Seuls subsistent ceux qui se trouvaient au-delà des remparts.

### **Le patrimoine maritime**

L'identité maritime du territoire est profondément marquée par les sites naturels : la rade, la presqu'île de Plougastel-Daoulas, les plages... Ces espaces font l'objet d'aménagements et de constructions faisant également patrimoine : les ports, les phares, les digues et les lieux liés aux activités maritimes (la construction, la navigation et l'avitaillement des bateaux...).

## Les activités économiques

Ce chapitre sur les activités économiques n'est pas exhaustif et représentatif de l'ensemble des secteurs présents sur la métropole. Il a pour ambition de présenter les activités ayant un rapport direct avec le paysage et la géographie, soit en matière de publicité et préenseignement ou encore d'enseignement.

### LA LOCALISATION DES EMPLOIS DANS BREST MÉTROPOLE

Dans le pays de Brest, plus de six emplois sur dix se situent dans Brest métropole. La métropole compte ainsi un peu plus de 100 000 emplois qui se concentrent principalement dans la ville de Brest (trois emplois sur quatre), même si les tendances des années récentes illustrent des dynamiques importantes dans l'est de la métropole, particulièrement sur la commune de Guipavas.

L'emploi se situe avant tout dans des activités tertiaires : administration publique (défense, santé, enseignement et recherche, action sociale...), services aux entreprises et aux particuliers, activités commerciales...

L'industrie représente 10 % de l'emploi dans la métropole avec quelques employeurs majeurs et emblématiques dans la vie économique comme Naval Group, Thales, SDMO,...

### Le cœur de métropole, premier espace économique dans la métropole

En 2017, l'emploi du cœur de métropole représente environ 46 700 emplois. Le centre-ville demeure bien le premier espace économique en termes d'emploi mais il est fortement concurrencé par la périphérie. Les trois premiers employeurs de la zone d'emploi sont historiquement implantés dans le centre-ville et y maintiennent des fonctions de siège : la base de défense de Brest-Lorient, le Centre hospitalier régional universitaire et Brest métropole. La centralité est aussi le lieu prioritaire des activités commerciales et de services aux particuliers.

Parmi les plus grands employeurs du secteur privé figurent les entreprises portuaires en lien avec la réparation navale comme Naval Group ou Navtis.

La présence d'établissements d'enseignement supérieur dont l'UBO contribue à l'animation de la ville.

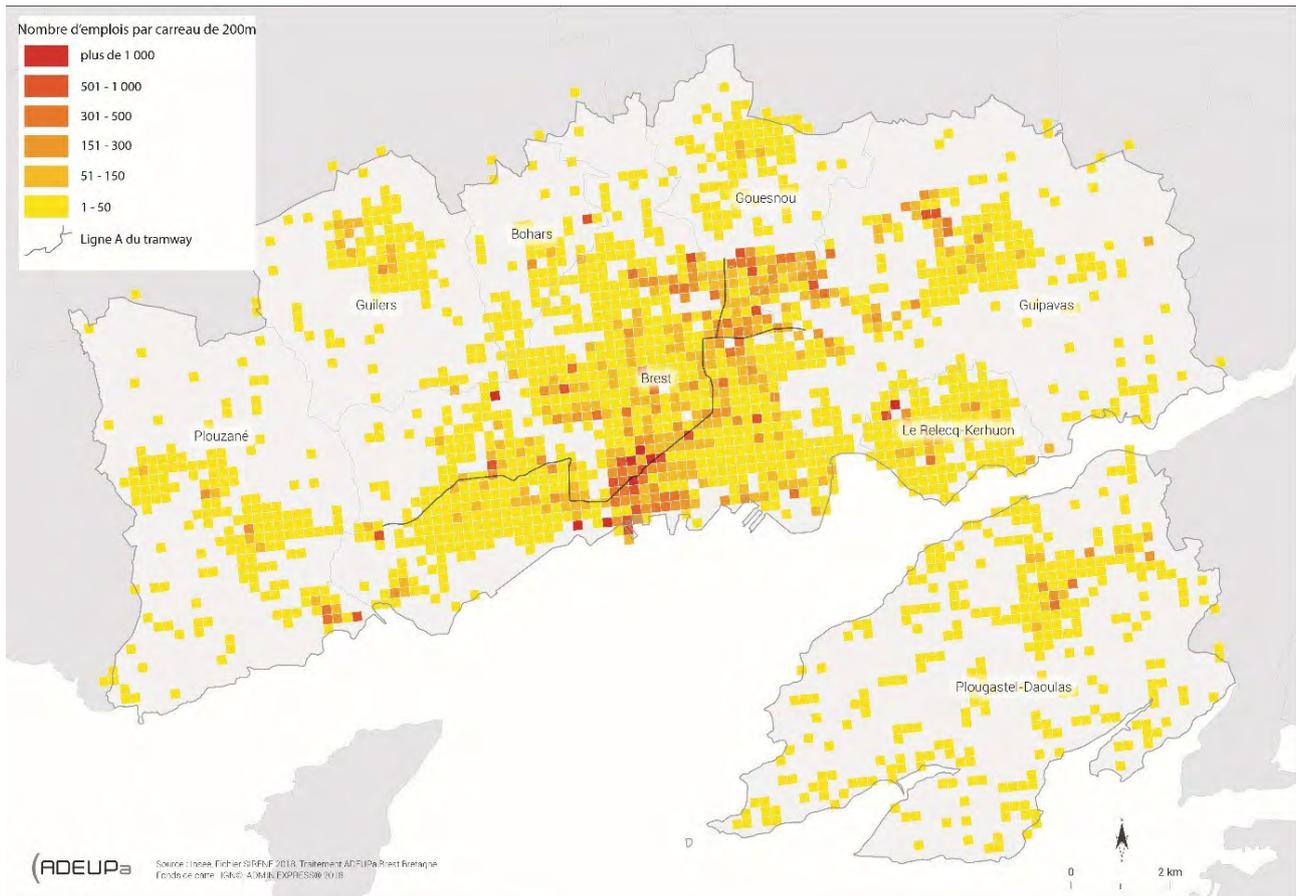
Les emplois par secteur d'activité

Secteur d'activité	Nbre d'emplois	%
Agriculture	1 176	1,1
Industrie	10 679	10,1
Construction	5 636	5,3
Commerce, transports, services divers	42 070	39,8
Administration publique, enseignement, santé, action sociale	46 124	43,6

Source : INSEE, RP 2015

Commune	Emplois 2015	Évolution en volume entre 2010-2015
Bohars	981	- 26
Brest	80 139	-439
Gouesnou	3 228	-28
Guilers	1 817	21
Guipavas	8 076	348
Le Relecq-Kerhuon	4 317	30
Plougastel-Daoulas	3 264	-30
Plouzané	3 952	-49
TOTAL	105 683	-173

Source : INSEE, RP 2015



## Une façade littorale prisée

Outre la création de l'arsenal et les activités historiques de construction et réparation navale, la façade maritime de la métropole a accueilli progressivement une diversité d'entreprises et une hétérogénéité d'emplois.

Le port, autrefois industriel, n'a pas échappé au mouvement de tertiarisation de l'économie. En effet, la tendance déjà perceptible dès la fin des années 90 ne fait que se poursuivre. C'est ainsi qu'aujourd'hui, plus de la moitié des emplois présents sur le port relève du secteur des services aux entreprises et aux particuliers. Plusieurs raisons expliquent la montée en puissance de ce secteur :

- tout d'abord, l'externalisation de certaines fonctions auparavant intégrées à l'industrie (maintenance, recherche et développement,...) s'est développée ;
- l'émergence d'une offre d'immobilier tertiaire sur le port de commerce à partir des années 90 a fortement encouragé l'implantation d'activités de bureaux. Ces nouveaux immeubles accueillent des activités de services aux entreprises, aux particuliers, ainsi que des équipements publics.

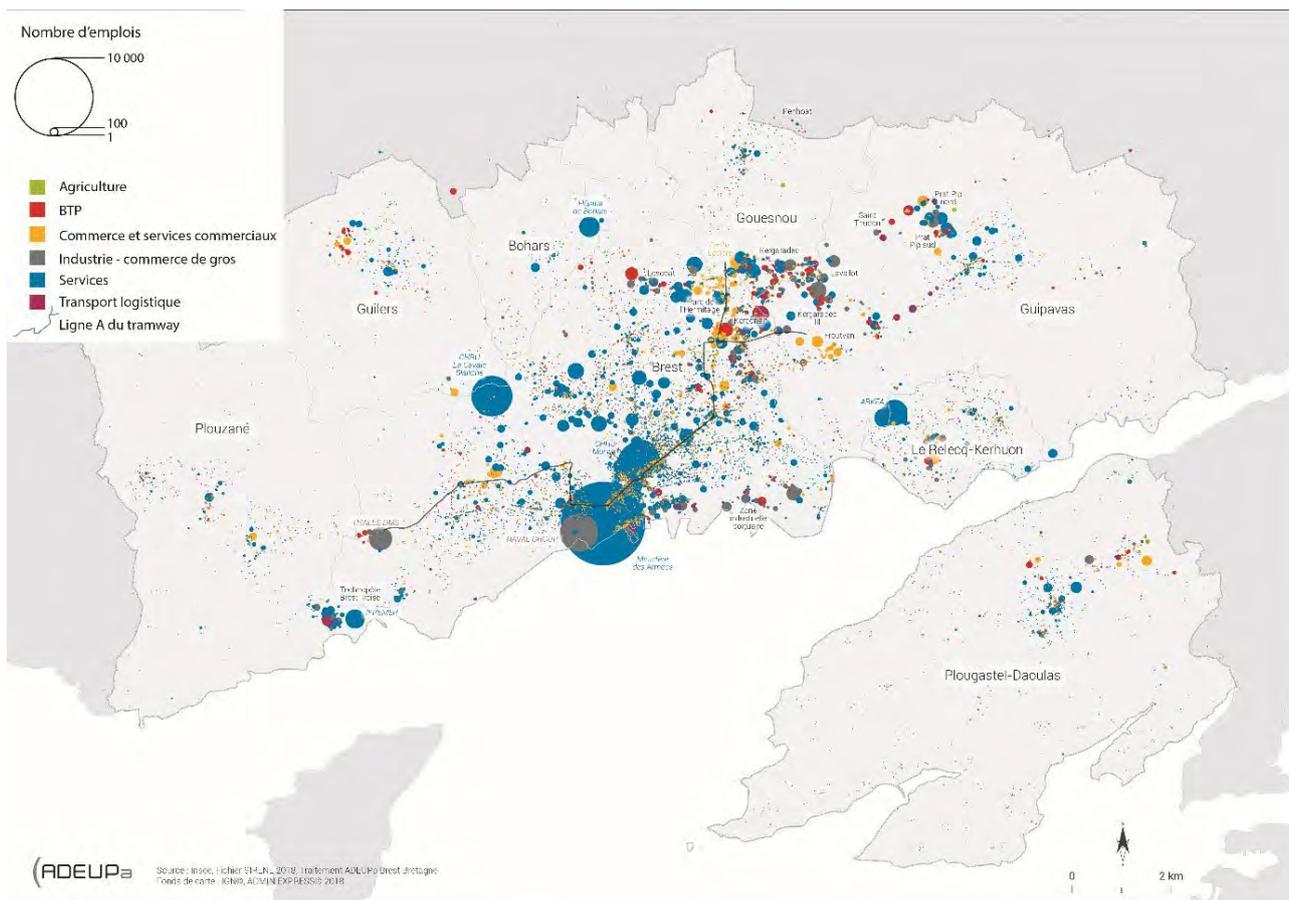
Toujours en bord de mer, mais bien plus récemment et pour des fonctions spécifiques en lien avec la recherche, l'enseignement et l'innovation, le technopôle Brest-Iroise s'est développé depuis les années 80. Il accueille plus de 6 500 actifs et étudiants, les principaux employeurs étant Thales, l'Ifremer et les établissements d'enseignement supérieur (IMT Atlantique, UBO, ENIB...).

## Une attractivité du nord-est de la métropole

À la fin des années 60, la métropole a engagé la création de zones d'activités périphériques pour accueillir les entreprises ayant besoin d'espaces pour des activités de production et de logistique. Loscoat a marqué le démarrage de cette urbanisation dans le nord-est de l'agglomération, suivie des zones de Kergonan, Kergaradec, Hermitage...

Les grandes surfaces commerciales ont aussi fait le choix d'implantations en périphérie de la ville avec par exemple l'hypermarché Leclerc de Gouesnou ouvert à la fin des années 60, autour duquel de nombreuses surfaces spécialisées sont venues s'implanter.

Aujourd'hui, dans la poursuite de ce mouvement engagé depuis les années 60, c'est naturellement le nord-est de l'agglomération qui accueille la majorité des nouveaux bâtiments à vocation économique représentant environ 25 000 emplois. Depuis les années 2000, de nombreux secteurs se sont développés, particulièrement en entrée de ville sur la commune de Guipavas : Kergaradec III, Froutven, Prat-Pip Nord et Sud, Saint-Thudon, Lavallot Nord, Parc de l'Hermitage... Cela s'explique par une très bonne accessibilité et des facilités d'aménagement (accessibilité, coût, disponibilités et stationnement). Le marché immobilier des locaux professionnels en centre-ville est progressivement devenu atone en raison des coûts de réhabilitation et de la concurrence avec le logement.



**Kergaradec / Kergonan / Hermitage : un lieu privilégié par les entreprises, tant sur le marché du bureau que des locaux d'activité**

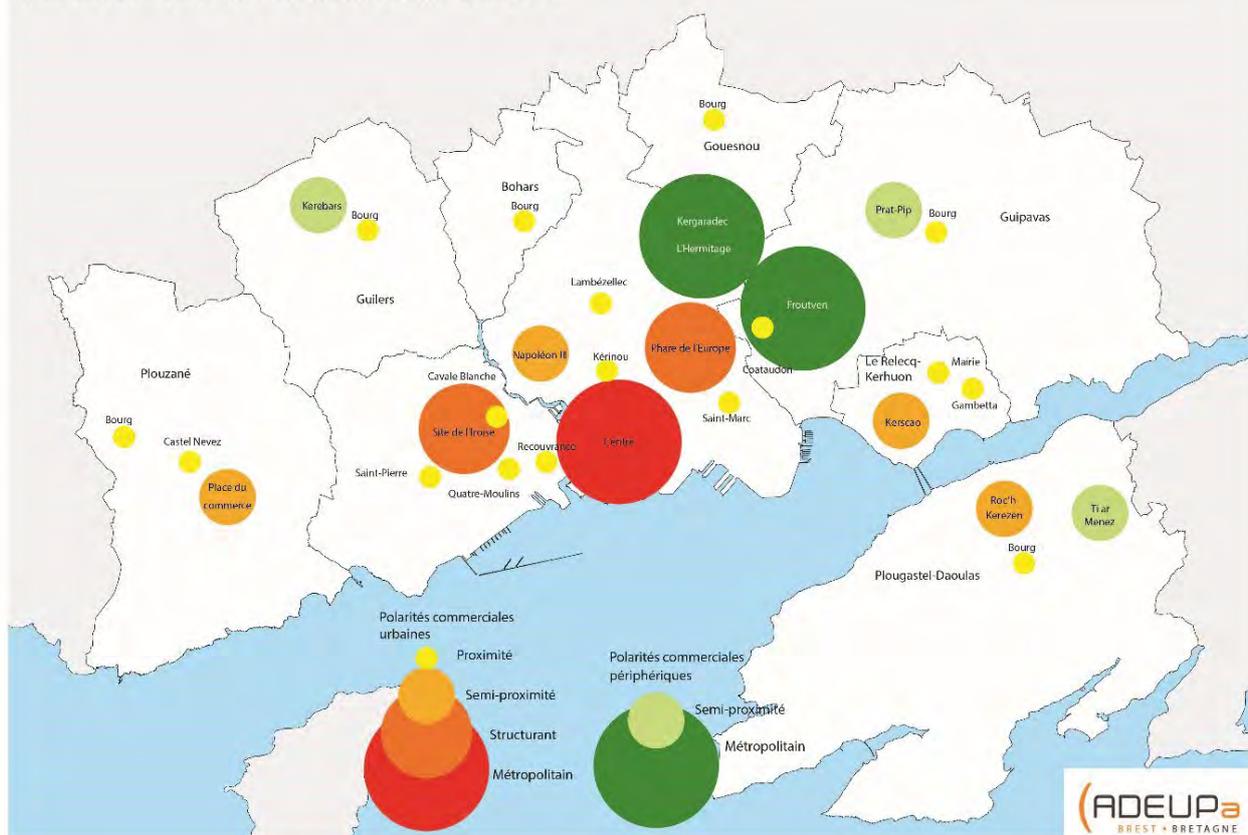
Les transactions en bureaux et locaux d'activités réalisées en 2017 illustrent les choix récents d'implantation des entreprises dans la métropole.

Sur le marché du bureau, l'essentiel des surfaces vendues ou louées en 2017 se situent dans le nord-est, de Kergaradec-Kergonan à Prat-Pip. La production récente de bureaux (ex : sur l'ancien site de Jabil, les hauts de Kerdanné dans le secteur du Froutven) va accentuer la localisation de l'emploi tertiaire dans le nord-est de la métropole. À noter que l'année 2017 se singularise par l'importance des transactions au Technopôle Brest Iroise (TBI) qui s'illustre comme le deuxième espace en termes

de demande placée. Cela s'explique par plusieurs opérations : l'implantation du futur siège d'Iframer (2 500 m<sup>2</sup> en extension), la réhabilitation du bâtiment Cap Océan qui accueille désormais les équipes du Technopôle et du Pôle Mer Bretagne Atlantique, le déménagement des sociétés MVG et Autocruise...

Sur le marché des locaux d'activité, les zones de Kergaradec et Kergonan se renouvellent et se densifient et restent de très loin le secteur privilégié pour les activités de production / logistique et commerce de gros. Plus récentes, les zones de Lavallot Nord et Saint-Thudon poursuivent leur développement.

## OFFRE COMMERCIALE DANS BREST METROPOLE



## UNE ORGANISATION MULTIPOLAIRE DU COMMERCE

L'offre en commerces et services au sein l'agglomération brestoise s'organise en de nombreuses polarités dans le centre-ville, dans les quartiers et en périphérie. Ce maillage participe à la qualité résidentielle du territoire. Les polarités commerciales répondent à des niveaux de fonctions commerciales différenciés :

- la proximité : les polarités offrent des produits et services d'usage courant pour les habitants qui résident dans un périmètre proche ;
- la semi-proximité : au-delà du service de proximité assuré à la population résidente dans l'environnement proche, la polarité s'organise autour d'une ou plusieurs grandes surfaces alimentaires, voire de grandes surfaces spécialisées ;
- la fonction structurante : l'offre est plus complète et répond aux besoins d'une population de plus de 50 000 habitants ;
- la fonction métropolitaine : en plus des fonctions citées précédemment, ces polarités proposent des offres très diversifiées, spécifiques et parfois rares, et rayonnent à l'échelle du département, voire au-delà.

Une trentaine de polarités commerciales regroupent plus de 80 % des commerces et du plancher commercial de la métropole.

## Un dialogue renforcé avec les professionnels installés en centre-ville et dans les quartiers

Brest métropole, en partenariat avec les chambres consulaires, l'association des Vitrynes de Brest et Cœur de Jaurès, a organisé en 2015 les premières assises du commerce de centre-ville de Brest. Dix mesures ont rapidement été mises en œuvre parmi lesquelles le recrutement d'un manager de centre-ville et la gratuité du stationnement le samedi matin. Les halles Saint-Louis ont fait l'objet d'une première phase de réhabilitation et ont permis de redonner de l'attractivité et de la visibilité aux commerçants des halles et au quartier en général. Une deuxième phase de travaux a démarré en 2018 et une réflexion est en cours pour appréhender le futur de l'intérieur des halles.

Les quartiers et les centres des autres communes sont aussi au centre de préoccupations. Brest métropole a organisé avec ses partenaires des rencontres avec les professionnels du commerce, de l'artisanat et des services de proximité. Un appel à projets a été lancé en 2018 avec comme ambition d'insuffler de l'attractivité dans les centralités de proximité.

## Densification de l'offre commerciale périphérique

Au cours des dernières années, l'essentiel des développements commerciaux en périphérie se sont réalisés dans le cadre d'opérations de renouvellement urbain ou en densification des secteurs existants.

Quelques dossiers majeurs autorisés en commission départementale d'aménagement commercial depuis 2016 :

- dans le secteur de Kergaradec – L'Hermitage, création du Magasin Vert (5 400 m<sup>2</sup>), création de 3 cellules commerciales sur l'emprise de Leclerc (2 110 m<sup>2</sup> au total), ensemble commercial de 5 800 m<sup>2</sup> avec l'enseigne Intersport notamment, arrivée des enseignes Action (890 m<sup>2</sup>), Maxi Zoo (840 m<sup>2</sup>), Roche Bobois (810 m<sup>2</sup>)... ;
- dans la zone du Froustven, création de Leroy Merlin sur 17 000 m<sup>2</sup>.

## L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

Par sa notoriété et son image maritime affirmée, Brest métropole représente la « porte d'entrée touristique » du Pays de Brest, vaste espace de découverte touristique caractérisé par un riche patrimoine naturel préservé et diversifié (maritime : abers, îles, rade, plages... et terrestre : forêts, enclos paroissiaux...).

Brest métropole est concernée par le tourisme d'affaires qui permet d'assurer une activité régulière tout au long de l'année. Grâce au dynamisme de l'économie et à l'organisation de congrès par les acteurs de la recherche, du monde associatif et entrepreneurial, Brest métropole est une ville de congrès. De nombreux équipements peuvent accueillir les manifestations professionnelles : Le Quartz, Océanopolis, le Parc des expositions de Penfeld, les établissements d'enseignement supérieur, les hôtels...

Destination de tourisme urbain, Brest métropole attire également visiteurs et touristes de plusieurs manières :

- les activités maritimes offertes dans la rade de Brest (ports de plaisance du Moulin Blanc et du Château, multiplicité des activités nautiques, promenades en mer...);
- son offre en équipements : Océanopolis (en tête des sites touristiques bretons payants), Musée des Beaux-arts, Musée de la Fraise et du patrimoine, Spadium Park... ;
- l'organisation d'évènements : fêtes maritimes tous les 4 ans, accueil de manifestations nautiques (course au large, records...), Astropolis, Festival du film court européen... ;
- la qualité de son patrimoine architectural (château de Brest, plateau des Capucins et le téléphérique, Tour Tanguy, chapelles et calvaires de Plougastel-Daoulas...);
- les parcs et jardins (Conservatoire botanique national, jardins des Explorateurs...).

## L'ACTIVITÉ AGRICOLE

L'agriculture utilise environ 50 % de l'espace de Brest métropole, si on prend en compte à la fois les espaces cultivés et les espaces naturels gérés par l'agriculture. La surface agricole utile de Brest métropole s'étend sur environ 7 500 hectares.

## Les axes de transport

Les axes de transports présentés dans ce chapitre se concentrent principalement sur le transport routier, les transports collectifs structurants ainsi que les modes actifs. L'aéroport et la gare correspondent à des modes de transport qui ne sont pas traités dans la présente étude.

### L'ACCESSIBILITÉ ROUTIÈRE

Selon l'Enquête Ménages Déplacements (EMD) de 2017-2018, les déplacements effectués dans l'aire géographique de Brest métropole s'élèvent à un minimum de 870 000 déplacements par jour tous modes confondus. L'essentiel des déplacements sur le territoire de Brest métropole est le fait des habitants de ce territoire. Ces derniers utilisent les modes mécanisés à hauteur de 63% de leurs déplacements.

Le poids des déplacements quotidien entre le Pays de Brest et Brest métropole s'élève à 160 000 soit 18% des déplacements dont la très grande majorité sont fait en modes mécanisés (95%).

En termes d'infrastructures routières, un concept global d'organisation de la circulation a été mis en place à partir des années 2000, articulé autour de voies de Pays, d'agglomération et urbaines (voir schéma ci-après).

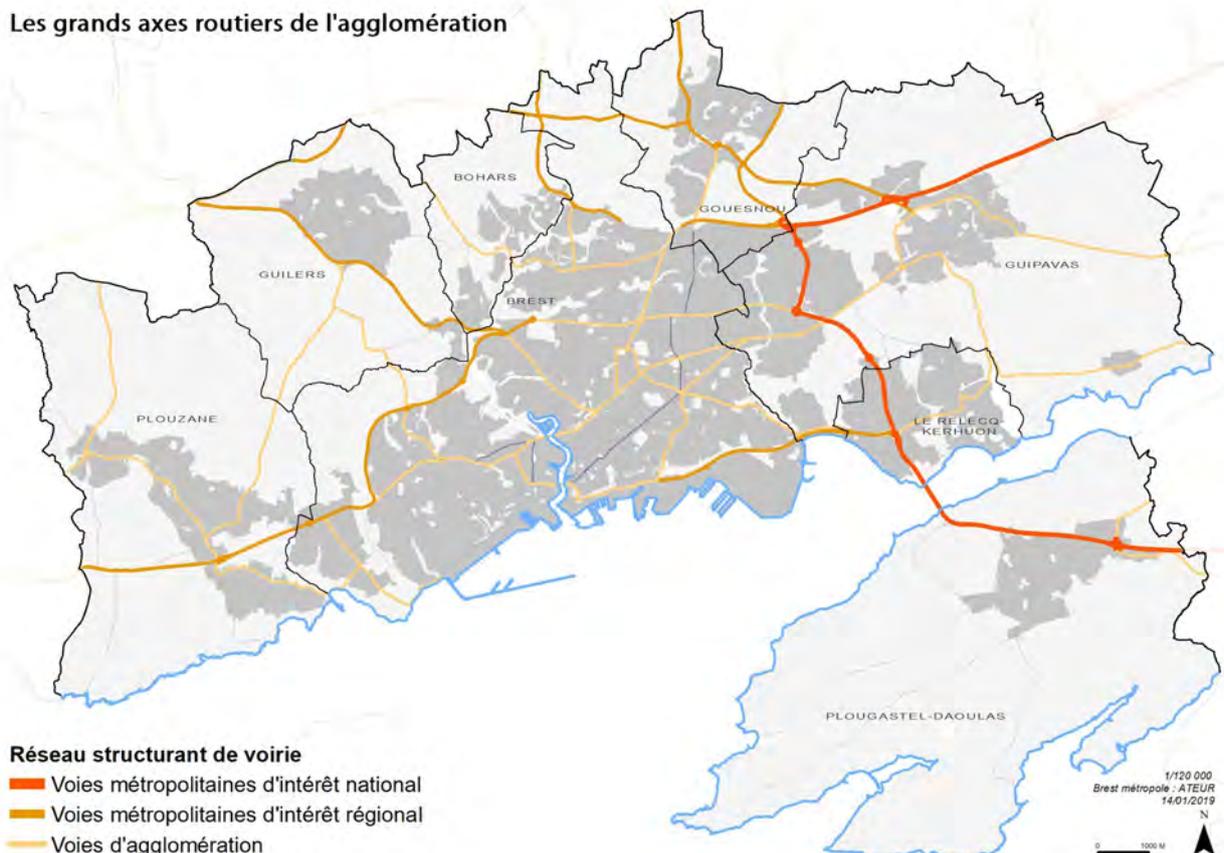
Brest est bien desservie par deux axes nationaux à 2X2 voies gratuites (RN 165 et RN12) dont la connexion est assurée par la RN 265 entre l'échangeur de Kervao d'une part et celui de Kergleuz et le pont de l'Iroise d'autre part.

Sur ce réseau de transit et de desserte situé à l'est de l'agglomération, sujet à des problèmes de congestion aux heures de pointe, Brest métropole en partenariat avec l'Etat, le Conseil départemental du Finistère, a engagé la mise en œuvre d'une étude de circulation afin de définir un scénario d'aménagement progressif des routes nationales et en particulier de leurs points d'échanges.

Dans ce cadre, un premier aménagement de l'échangeur de Kervao est programmé à partir de 2020.

Concernant le réseau structurant de transit et de desserte du territoire, l'abandon du projet de rocade longue et les nouvelles orientations apportées par le

Les grands axes routiers de l'agglomération



SCoT du Pays de Brest ont conduit à engager les opérations suivantes pour l'accessibilité ouest et nord-ouest de la métropole :

- le réaménagement de la RD 67 avec une première phase d'aménagement réalisée et une réflexion en cours pour fluidifier et sécuriser le trafic ;
- l'aménagement d'un itinéraire alternatif au Boulevard de l'Europe entre Pen ar Ch'leuz et Spernot-liaison nord Lambézellec : le projet est en cours de définition avec comme objectifs d'améliorer les échanges est-ouest, de permettre la requalification urbaine du Boulevard de l'Europe avec le traitement en particulier de la problématique d'accidentologie sur cet axe, et d'améliorer la desserte du Centre Hospitalier Régional et Universitaire de Brest (CHRU). La mise en œuvre est prévue à l'issue de l'obtention des autorisations administratives ;
- la requalification urbaine des boulevards de l'Europe et Tanguy Prigent entre Pen ar Ch'leuz et Keresseis, en lien avec l'extension du CHRU et le développement d'un réseau structurant de transports collectif à long terme.

Par ailleurs, et en complément de ces projets d'aménagements, un partenariat autour de mesures de surveillance et de gestion du trafic (Schéma Directeur d'Agglomération de la Gestion du Trafic) a été engagé afin de favoriser les déplacements des usagers et d'améliorer leur information sur les conditions du trafic.

L'accessibilité routière est importante pour le transport de marchandises, notamment pour contrebalancer le positionnement périphérique de l'agglomération. Les aménagements routiers, et la hiérarchisation du réseau doivent assurer à la fois la sécurité des transports (marchandises et voyageurs), et une desserte efficace des espaces en fonction des volumes de transports (convois exceptionnels, livraisons...) et limiter les nuisances, notamment en tissu urbain.

### La loi Barnier

Les routes suivantes appartiennent au réseau des routes classées à grande circulation :

- Au titre du décret du 5 décembre 2005 :
  - les RN 12, 165 et 265 ;
- Au titre des décrets du 3 juin 2009 et 31 mai 2010 :
  - l'avenue Victor le Gorgeu depuis la RD 205, la rue La Motte Picquet, la rue Tourville sur Brest ;
  - la RD 205 depuis la RN 265 jusqu'à la RD 789 ;
  - la RD 165, depuis la RN 165 jusqu'à son extrémité.

En application de l'article L.111-6 du code de l'urbanisme, en dehors des espaces urbanisés, les constructions ou installations sont interdites dans une bande de cent mètres de part et d'autre de l'axe des autoroutes, des routes express et des déviations au sens du code de la voirie routière et de soixante-quinze mètres de part et d'autre de l'axe des autres routes classées à grande circulation.

### L'ACCESSIBILITÉ EN TRANSPORTS COLLECTIFS

Les démarches de planification urbaine menées en cohérence avec l'organisation des réseaux de transports collectifs constituent une alternative efficace à l'usage de la voiture.

Dans la continuité du plan de déplacement urbains adopté en 2006, l'orientation d'aménagement et de programmation (OAP) « déplacements » du PLU Facteur 4, constate l'accélération des phénomènes d'étalement urbain et la spécialité des espaces. Elle entend inverser ces tendances par une meilleure maîtrise du trafic automobile et le développement du réseau de transport collectif en site propre.

Ainsi, plusieurs « projets » pour la planification des transports de l'agglomération mettent l'accent sur le développement du réseau de transports collectifs autour d'axes structurants, permettant de renforcer une offre intermodale entre les réseaux et en partenariat avec les autres autorités organisatrices du territoire (Etat, Région, Département) :

- le développement du réseau de transport collectif en site propre, a ainsi été lancé en 2004 par la création de l'axe nord-sud, puis poursuivi par la ligne A du tramway sur l'axe est-ouest. La mise en service de cette première ligne en juin 2012, a permis une première structuration d'un réseau de transport collectif hiérarchisé autour d'un axe de 14,5 km, 24 stations et 3 parcs relais ;
- la ligne A du tramway, colonne vertébrale du réseau actuel, avec sa fréquence de 6 minutes sur l'axe principal et à 12 minutes sur les branches Gouesnou et Guipavas accueille aujourd'hui 39 000 voyageurs par jour (de 5 heures à minuit et demi). Avec plus de 90 000 voyages réalisés en moyenne dans une journée, la fréquentation des transports Bibus a augmenté de plus de 30 % depuis sa mise en circulation.

Les chiffres clés du réseau 2017 :

- 25,8 millions de voyages ;
- + 40 % entre 2006 et 2017 ;
- 43 % des voyages sont réalisés en tramway ;
- 24 % des usagers fréquentent le réseau pour aller au travail. Un motif en hausse de 6 points par rapport à 2006 ;
- 89% des habitants de Brest métropole se situent à moins de 400 mètres d'un arrêt de bus et/ou de tramway.

Depuis la mise en service de la première ligne de tramway en juin 2012 et l'approbation du PLU Facteur 4 en janvier 2014, Brest métropole a engagé la mise en œuvre de ces orientations par la réalisation d'un téléphérique urbain entre le bas de Siam et les Ateliers des Capucins, mis en service en novembre 2016. Ce moyen de transport innovant a déjà transporté 1,3 million de passagers en deux ans.

La métropole poursuit la mise en œuvre du réseau structurant de transports collectifs annoncées depuis 2014 dans l'OAP Déplacements du PLU Facteur 4. Il s'agit :

- du projet de construction d'une ligne de tramway de la gare au CHRU de la Cavale Blanche qui dessert le quartier de Bellevue ;
- du projet de construction d'une ligne de Bus à Haut Niveau de Service entre la gare de Brest et le quartier de Lambézellec ;
- de l'amélioration de la qualité de service des liaisons ville de la métropole et Pays de Brest avec la ville centre avec des connexions sur les lignes capacitaires.

## L'ACCESSIBILITÉ EN MODES ACTIFS

En ce qui concerne les modes actifs, la conception des aménagements et la définition annuelle des priorités tiennent compte en particulier des documents suivants (2006/2010) :

- le schéma directeur des déplacements de proximité, validé en 2006 par le comité de suivi du plan de déplacement urbain ;
- le plan de mise en accessibilité de la voirie et des espaces publics (PAVE), approuvé le 29 janvier 2010 ;
- le schéma directeur vélo, approuvé le 18 juin 2010, dont la révision a été engagée en 2019.

Ces documents de référence précisent les préconisations générales de Brest métropole en matière de modalités techniques (intégrant notamment les normes actuelles de l'Association française de normalisation - AFNOR) pour faciliter les déplacements de proximité tout particulièrement dans le milieu urbain. Ils ont été réalisés à l'usage des services de Brest métropole et de ses partenaires, qui produisent ensemble l'espace public de demain dans une logique d'optimisation du partage de l'espace et le développement d'une offre alternative à la voiture.

# Contexte juridique

## La réglementation nationale

Issu de la loi du 29 décembre 1979, le droit de la publicité extérieure s'inscrit dans le but d'assurer la protection du cadre de vie en fixant des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes.

Le droit de la publicité extérieure porte sur les conditions d'implantation et de format des dispositifs publicitaires, des enseignes et des préenseignes.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE), complétée par le décret du 30 janvier 2012, a profondément réformé la réglementation et s'est inscrite dans un ensemble plus vaste de lutte contre la pollution visuelle et de réduction de consommation d'énergie.

Codifié au titre VIII « protection du cadre de vie » du livre V du code de l'environnement traitant de la prévention des pollutions, des risques et des nuisances, le droit de la publicité extérieure – communément appelée règlement national de publicité (RNP) est applicable sur l'ensemble du territoire. Le règlement national de publicité est le cadre de référence à partir duquel le règlement local de publicité est établi. Les dispositions contenues dans le règlement local ne peuvent pas avoir pour effet d'assouplir le règlement national, mais doivent renforcer ou compléter le règlement national.

### LES DISPOSITIFS VISÉS PAR LA RÉGLEMENTATION

Le droit de la publicité extérieure porte uniquement sur les conditions d'implantation et de format des dispositifs publicitaires, des enseignes et des préenseignes. Le contenu du message publicitaire n'est pas concerné, et il n'y a pas de différenciation entre l'affichage politique, culturel ou commercial.

Les dispositifs visés par cette réglementation sont définis à l'article L.581-3 du code de l'environnement : il s'agit de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

Elle ne s'applique qu'aux dispositifs visibles des voies ouvertes à la circulation publique. Toutes les voies sont concernées (autoroutes, routes, chemins, réseaux ferrés...). Elle ne s'applique en revanche qu'à la publicité extérieure, c'est-à-dire qu'elle ne s'applique pas à l'intérieur d'une gare fermée ou à l'intérieur d'un centre commercial. Elle ne s'applique pas non plus aux dispositifs installés derrière une vitrine.

### La publicité

La publicité est constituée par toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. De plus, tous les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images, sont assimilés à une publicité.

### Les enseignes

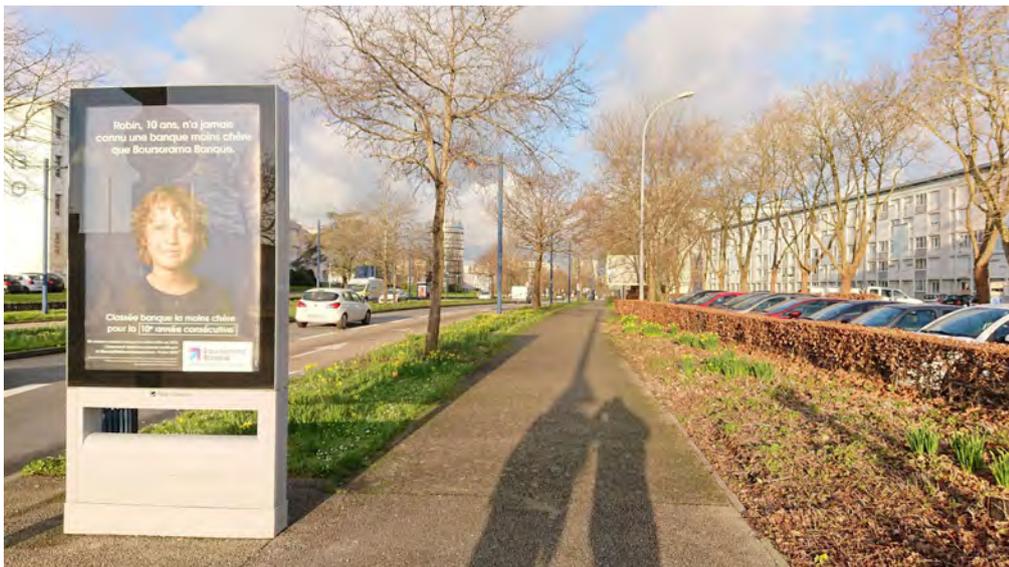
L'enseigne est constituée par toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. Le terme d'immeuble désigne le bâtiment, mais aussi le terrain sur lequel est implanté le bâtiment. Constitue également une enseigne toute inscription, forme ou image se rapportant à l'activité signalée (exemple : « une » de magazine sur un kiosque à journaux).

### Les préenseignes

La préenseigne est constituée par toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Très proche de la définition de l'enseigne, la préenseigne s'en distingue par son lieu d'implantation. L'enseigne est implantée sur un immeuble où s'exerce l'activité signalée, tandis que la préenseigne se situe sur un immeuble matériellement différent de celui où s'exerce l'activité signalée.

Les préenseignes sont soumises au même régime juridique que la publicité.

Toutefois, une forme particulière de dispositif, dénommée « signalisation d'information locale » (SIL) échappe à la réglementation de la publicité extérieure. Cette signalisation relève du code de la route et répond à des normes précises notamment en termes de formes, de couleurs et d'idéogrammes pouvant y figurer (lettrage, dimensions, activités signalées...).



Une publicité sur l'Avenue Victor Le Gorgeu © Brest métropole



Une enseigne dans le centre de Brest © Brest métropole



Des préenseignes sur la commune de Le Relecq-Kerhuon © Brest métropole

## CHAMP D'APPLICATION DÉMOGRAPHIQUE ET GÉOGRAPHIQUE

### La notion d'agglomération

Le droit de la publicité extérieure fixe un principe fondamental interdisant la publicité hors agglomération, tel que définie par les règles du code de la route. L'agglomération y est définie comme étant l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (art. R.110-2 du code de la route).

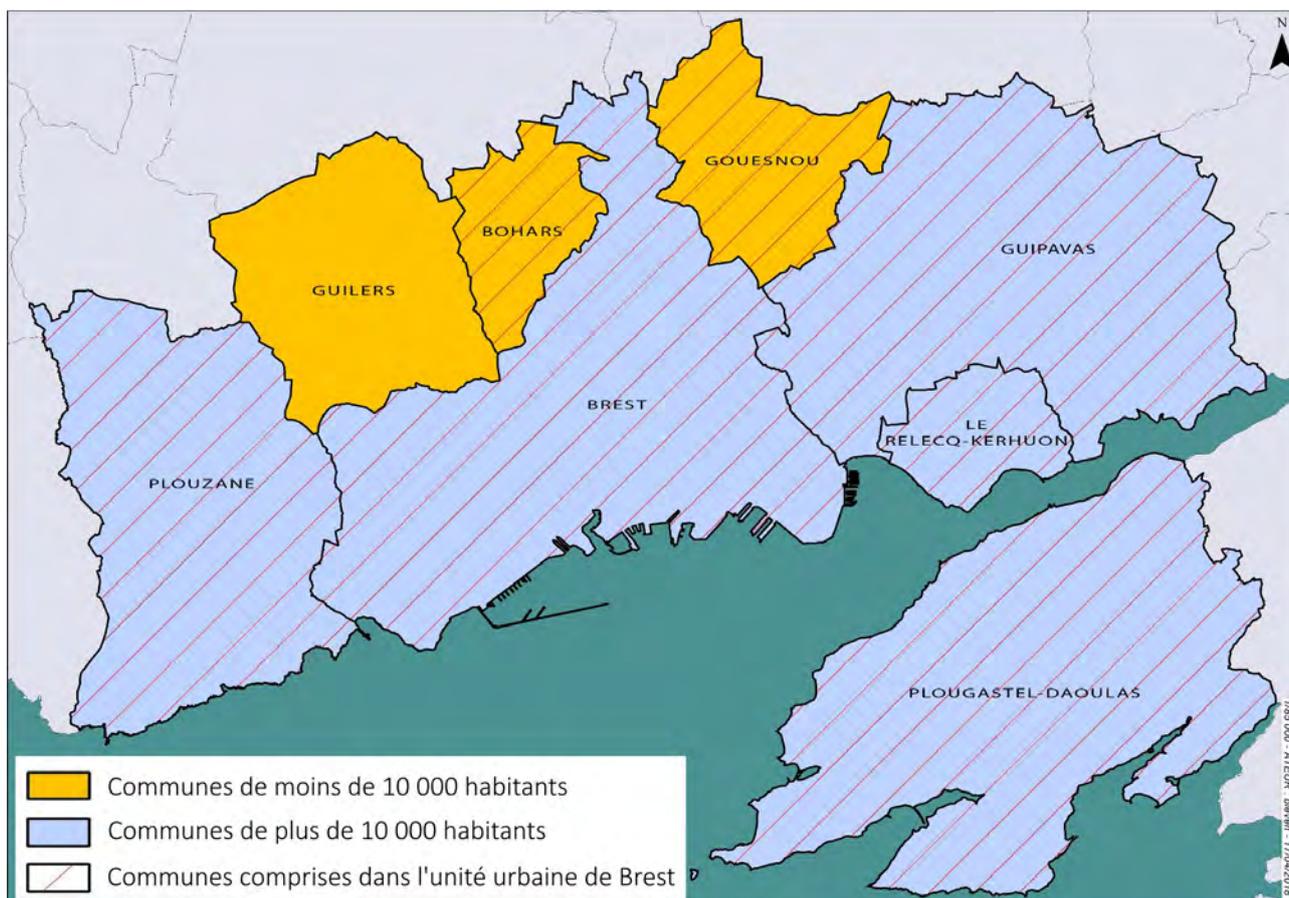
Les arrêtés et les plans fixant les limites d'agglomération sont annexés au RLP.

### La population communale

Le régime de la publicité ou des enseignes est conditionné par le nombre d'habitant et de l'appartenance à une unité urbaine.

Le régime juridique applicable est différent selon que la commune possède une population supérieure ou inférieure à 10 000 habitants et, en matière de publicité, selon qu'elle appartient ou non à une unité urbaine de plus 100 000 habitants. En cas d'appartenance à une unité urbaine de plus 100 000 habitants, les communes de moins de 10 000 habitants bénéficient du même régime juridique que les communes de plus de 10 000 habitants. L'unité urbaine est définie par l'INSEE comme étant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone bâtie continue (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants. La liste des unités urbaines est établie par l'INSEE.

Brest métropole comprend trois communes de moins de 10 000 habitants. Toutefois deux d'entre elles sont comprises dans l'unité urbaine de Brest, qui comprend plus de 100 000 habitants.



Population et unité urbaine de Brest métropole © Brest métropole

## Autres lieux nécessitant un traitement particulier

Outre les limites d'agglomération, le code de l'environnement identifie des lieux où les règles applicables à la publicité et aux enseignes diffèrent de celles du régime général. C'est en particulier le cas du site patrimonial remarquable de Brest, des monuments historiques (classés ou inscrits) et de leurs abords ou des monuments naturels et sites classés. Des règles spécifiques s'appliquent également dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires lorsqu'ils sont situés hors agglomération ainsi que dans les zones commerciales situées hors agglomération.

## Les sites patrimoniaux remarquables et les abords des monuments historiques

Afin de préserver le patrimoine architectural et paysager des communes, la publicité est interdite par principe sur tous les édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques, sur les monuments naturels et les sites classés et à leur abords.

Si l'interdiction est absolue et ne peut faire l'objet d'aucune dérogation sur les monuments eux-mêmes, il en va autrement des abords des monuments historiques et des sites patrimoniaux remarquables. En effet, le code de l'environnement permet au RLP d'autoriser l'affichage dans ces espaces. C'est l'une des hypothèses permettant à un RLP d'être moins restrictif que la réglementation nationale.

## L'emprise de l'aéroport de Brest-Bretagne

Hors agglomération, la publicité est interdite sauf dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération, selon le code de l'environnement. Dans ces lieux, la publicité (murale, scellée au sol ou numérique) est soumise aux mêmes règles que celles applicables dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

## Les périmètres commerciaux hors agglomération

Le RLP peut également déroger à l'interdiction de la publicité hors agglomération par l'institution de « périmètres. » Ces derniers ne peuvent être délimités qu'à proximité immédiate des « établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation » (Art. L.581-7 du code de l'environnement).

Le RLP de Brest métropole n'est pas concerné par cette disposition dans la mesure où les centres commerciaux exclusifs de toute habitation sont tous situés en agglomération.

## LES PRINCIPALES DISPOSITIONS DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

### Dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes

Le code de l'environnement fixe un régime propre de hauteur et de surface aux dispositifs de publicité selon qu'ils sont installés sur un mur, scellés au sol ou directement installés sur le sol, ou installés sur une toiture ou terrasse en tenant lieu, ou encore sur du mobilier urbain.

Il fixe par ailleurs des conditions particulières à l'installation de publicité lumineuse, avec notamment des obligations d'extinction nocturne.

Enfin, le code de l'environnement fixe pour l'ensemble de ces dispositifs des règles de densité.

### Les principales règles de format et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires muraux

Concernant les dispositifs publicitaires muraux, le code de l'environnement interdit leur installation sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne. Ils sont aussi interdits sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent que des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m<sup>2</sup>, sur les clôtures qui ne sont pas aveugles et sur les murs de cimetière et de jardin public.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ils ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 4 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol. Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, dans celles qui font partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération, ils sont limités à une surface unitaire de 12 m<sup>2</sup>, et ne peuvent s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol.

La commune de Guilers ne fait pas partie de l'unité urbaine de Brest et sa population est inférieure à 10 000 habitants. Elle ne peut donc accueillir que des dispositifs de 4 m<sup>2</sup> et 6 m de haut maximum, contrairement aux 7 autres communes qui peuvent recevoir des dispositifs muraux jusqu'à 12 m<sup>2</sup> et 7,5 m de haut.

### Les principales règles de format et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou directement installés sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou directement installés sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie

d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération, ils ne peuvent s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup>.

La commune de Guilers ne fait pas partie de l'unité urbaine de Brest et sa population est inférieure à 10 000 habitants. A ce titre aucun dispositif publicitaire scellé au sol ou directement installé sur le sol ne pourra y être installé.

### **Les principales règles de format et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires installés sur toiture ou terrasse en tenant lieu**

Les dispositifs publicitaires installés sur toiture ou terrasse en tenant lieu doivent être constitués de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond.

### **Les dispositions particulières applicables à la publicité lumineuse**

Le code de l'environnement distingue plusieurs catégories de dispositifs lumineux : les affiches éclairées par projection ou transparence, les publicités lumineuses numériques et les publicités lumineuses non numériques.

La publicité numérique 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. Dans les autres agglomérations sa surface unitaire ne peut dépasser 8 m<sup>2</sup> et elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol. La publicité numérique présente la particularité d'être soumise à autorisation municipale, la durée d'autorisation étant limitée à 8 ans. Le code de l'environnement prévoit que l'autorisation est accordée en tenant compte notamment du cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement et sous réserve qu'elle ne porte pas atteinte à la sécurité des usagers des voies.

La commune de Guilers ne fait pas partie de l'unité urbaine de Brest et sa population est inférieure à 10 000 habitants. A ce titre aucun dispositif publicitaire numérique ne pourra y être installé.

### **Le régime de la publicité sur mobilier urbain**

Installé sur le domaine public, le mobilier urbain désigne tout mobilier présentant un intérêt pour les usagers des voies : candélabres, bancs, abris, panneaux d'information, poubelles, micro-signalétique, etc.

Le code de l'environnement détermine cinq catégories de mobilier urbain pouvant supporter de la publicité :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques ;

- les colonnes porte-affiche ;
- les mâts porte-affiche ;
- les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires.

La publicité est interdite sur toute autre forme de mobilier urbain : bancs, poubelles, toilettes...

Le code de l'environnement détermine pour ces cinq catégories de mobilier les conditions d'utilisation (annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives pour les mâts porte-affiche, annonce de spectacles ou de manifestations culturelles pour les colonnes porte-affiches) ou format de l'affichage publicitaire :

- surface unitaire maximale des affiches de 2 m<sup>2</sup> sans que la surface totale ne puisse excéder 2 m<sup>2</sup>, plus 2 m<sup>2</sup> par tranche entière de 4,50 m<sup>2</sup> de surface abritée au sol pour les abris voyageurs ;
- surface unitaire maximale des affiches de 2 m<sup>2</sup> sans que la surface totale ne puisse excéder 6 m<sup>2</sup> pour les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- surface maximale de 12 m<sup>2</sup> et respect des règles applicables aux dispositifs publicitaires scellés au sol pour le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local.

### **Les principales règles applicables aux autres formes de publicité**

#### *Les bâches comportant de la publicité*

Les bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, même lorsqu'elles appartiennent à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Les bâches sont donc interdites sur les communes Bohars, Guilers et Gouesnou.

Sur les autres communes de la métropole, elles sont autorisées dans les conditions suivantes :

Les bâches comportant de la publicité sont classées en deux catégories :

- Les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » : elles sont nécessairement fixées sur un échafaudage. La bâche ne doit pas dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit. Elles ne peuvent constituer une saillie supérieure à 0,50 mètres par rapport à celui-ci. La surface occupée par la publicité sur la bâche ne peut excéder 50 % de la surface totale de celle-ci.
- Les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches : elles sont interdites sur les murs comportant des ouvertures d'une surface unitaire supérieure à 0,50 m<sup>2</sup> et ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. Elles doivent être apposées sur le mur ou dans un plan parallèle à celui-ci et ne peuvent constituer

une saillie supérieure à 0,50 mètre par rapport au mur, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elles ne soient pas en saillie par rapport à ceux-ci. Comme les bâches de chantier, elles ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit.

Aucune surface maximale n'est prévue par le code de l'environnement. En revanche, la distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.

#### *L'affichage de petit format ou « micro-affichage »*

L'affichage de petit format n'est pas soumis à la règle de densité. Il suit deux règles propres de surface et de pourcentage maximum, qui encadrent l'implantation de ces dispositifs :

- la surface unitaire des dispositifs de petit format est inférieure à un mètre carré ;
- leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de deux mètres carrés.

#### *La publicité sur véhicule terrestre*

Sont concernés les véhicules « utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes » selon le Code de l'environnement. Il s'agit donc des véhicules supportant des messages publicitaires qui circulent ou stationnent et n'ont d'autre utilité que de supporter ces messages. Ainsi, outre les véhicules roulant, les véhicules stationnant en permanence, dans un rond-point ou dans des lieux de fort trafic par exemple, et ne constituant en fait que des préenseignes en faveur d'une activité commerciale sont également concernés.

### **Les règles de densité**

Les règles nationales de densité, qui limitent le nombre de dispositifs sur une unité foncière au droit d'une unité foncière, s'appliquent de la même manière aux dispositifs muraux et aux dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol.

La règle de densité se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant une voie publique. Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 m, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il ne peut y avoir qu'un dispositif mural. Un second dispositif peut être ajouté s'ils sont juxtaposés ou superposés.

En l'absence de tout dispositif mural, il ne peut y avoir qu'un dispositif scellé au sol ou directement installé sur le sol si la longueur de la façade de l'unité foncière est inférieure à 40 m et deux dispositifs si la longueur de la façade de l'unité foncière est comprise entre 40 m et 80 m.

Au-delà de 80 m, il ne peut y avoir qu'un seul dispositif publicitaire (mural ou scellé au sol) par tranche de 80 m entamée.

### **Dispositions applicables aux enseignes**

Pour l'application du règlement, constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Le règlement national de publicité fixe un régime propre aux enseignes selon qu'elles sont installées à plat sur un mur, parallèlement à un mur, perpendiculairement à un mur, sur toitures ou terrasses en tenant lieu, scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Elles sont complétées par des règles relatives à l'extinction nocturne des enseignes lumineuses.

#### **Enseignes installées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur**

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale ne peut excéder 15 % de la surface de la façade commerciale. Cette surface est portée à 25 % pour les façades commerciales de moins de 50 m<sup>2</sup> (y compris les enseignes installées perpendiculairement au mur).

Les enseignes installées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser la limite du mur ou de l'égout du toit.

Lorsqu'elles sont installées devant un balconnet, une ou sur un balcon, les enseignes ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barres d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie.

Elles ne peuvent pas constituer saillie de plus de 25 cm par rapport au support (mur, façade, garde-corps du balcon).

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent dépasser 1 m de haut.

#### **Enseignes installées perpendiculairement à un mur**

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale ne peut excéder 15 % de la surface de la façade commerciale. Cette surface est portée à 25 % pour les façades commerciales de moins de 50 m<sup>2</sup> (y compris les enseignes installées parallèlement au mur).

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supportent ne doivent pas dépasser la limite de ce mur.

Les enseignes ne doivent constituer par rapport au mur qui les supporte une saillie de supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.

Elles sont interdites devant les fenêtres et balcons (R581-61, alinéa 3).

### Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasses en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent excéder 0,5 m de haut.

La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m<sup>2</sup>. Il n'est fait exception à cette règle que pour certains établissements culturels mentionnés par un arrêté ministériel du 2 avril 2012.

La hauteur maximale de l'enseigne varie selon que l'activité signalée occupe plus ou moins de la moitié du bâtiment et selon la hauteur du bâtiment.

Lorsque l'activité signalée est exercée dans moins de la moitié du bâtiment :

- si l'immeuble est inférieur à 20 m de haut : 1/6<sup>ème</sup> de la hauteur de l'immeuble, dans la limite de 2 m ;
- si l'immeuble est supérieur à 20 m : 1/10<sup>ème</sup> de la hauteur de l'immeuble, dans la limite de 6 m.

Lorsque que l'activité signalée est exercée dans plus de la moitié du bâtiment :

- si l'immeuble est inférieur à 15 m : 3 m ;
- si l'immeuble est supérieur à 15 m : 1/5<sup>ème</sup> de la façade dans la limite de 6 m.

### Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La surface unitaire maximale des enseignes dépend la population communale :

- Dans les communes de moins de 10 000 habitants (Guilers, Gouesnou, Bohars) la surface unitaire maximale est limitée à 6 m<sup>2</sup> ;
- Dans les communes de plus de 10 000 habitants (Brest, Guipavas, Plouzané, Le Relecq-Kerhuon, Plougastel-Daoulas) la surface unitaire maximale est limitée à 12 m<sup>2</sup>.

La hauteur maximale de l'enseigne est de 6,50 m. Cette hauteur est portée à 8 m lorsque l'enseigne fait moins de 1 mètre de large.

Une seule enseigne est autorisée par voie ouverte à la circulation. Cette disposition ne s'applique toutefois pas aux enseignes d'une surface inférieure à 1 m<sup>2</sup>.

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée :

- à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur fond voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie ;
- à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur par rapport à la limite séparative, sauf si accolée dos à dos et signalant des activités sur fond voisin.

# La réglementation de l'affichage sur le territoire de Brest métropole

Brest métropole est couverte par deux règlements de publicité :

- un règlement communal à Plougastel-Daoulas, approuvé par arrêtés municipaux des 26 avril et 21 août 1995 ;
- un règlement intercommunal couvrant les sept autres communes de la métropole, créé par arrêté du 31 août 1999 et modifié le 4 août 2003.

## LE RLP DE PLOUGASTEL-DAOULAS

Face à ce que la commune percevait comme un développement anarchique des panneaux publicitaires, la commune de Plougastel-Daoulas a décidé au début des années 90 d'élaborer une réglementation assurant sur le territoire de la commune un équilibre entre les deux principes exprimés dans la loi du 29 décembre 1979.

Ce RLP, qui n'a jamais été modifié depuis son adoption distingue trois zones :

- La zone de publicité restreinte 0 (ZPR 0) qui concerne les monuments historiques et certains sites sensibles ;
- La zone de publicité restreinte 1 (ZPR 1) qui concerne la zone située dans un périmètre de 500 mètres autour du Calvaire, classé aux monuments historiques ;
- La zone de publicité restreinte 2 (ZPR 2) qui s'applique aux zones d'habitat du bourg et aux axes urbanisés.

## LE RLP INTERCOMMUNAL DE BOHARS, BREST, GOUESNOU, GUILERS, GUIPAVAS, PLOUZANÉ ET LE RELECQ-KERHUON

Dans les années 90, la ville de Brest a tenté de mettre de l'ordre dans le parc publicitaire jalonnant les grandes voies de circulation ainsi que sur le pourtour des grands carrefours urbains. Il fut constaté la présence massive de panneaux publicitaires « 4 m x 3 m » en agglomération (environ 1 000 dispositifs recensés sur Brest), une multitude de petites préenseignes « 1,50 m x 1 m » hors agglomération aux diverses entrées de villes, et des dispositifs souvent implantés au détriment du contexte environnemental. Des actions concertées avec la profession ont abouti à une diminution sensible des panneaux, mais le temps a eu raison de ces bonnes résolutions.

C'est dans ce contexte, qu'en 1997 les communes membres de la communauté urbaine de Brest (à l'exception des communes de Plougastel-Daoulas et du Relecq-Kerhuon qui ont souhaité, à l'époque, maintenir leur groupe de travail communal) ont entamé une réflexion destinée à aboutir à l'établissement d'une réglementation intercommunale de publicité, seule possibilité pour maîtriser dans le temps la prolifération des dispositifs publicitaires.

La démarche, pilotée par la communauté urbaine de Brest, a démarré en février 1997 et a été menée en concertation avec les afficheurs et les représentants de l'Etat. L'objectif était de parvenir à dédensifier les dispositifs publicitaires dans les secteurs sensibles (front de mer, coulée verte, grandes artères, entrées de ville) et à contrôler et harmoniser, hors agglomération, la prolifération des préenseignes, pour protéger, dans le respect des enjeux économiques liés à l'affichage publicitaire, le cadre de vie.

Le projet aboutira le 31 août 1999 à l'élaboration d'un règlement couvrant les communes de Bohars, Brest, Guilers, Gouesnou, Guipavas et Plouzané, comprenant 3 zones de publicité restreinte (ZPR 0, 1 et 2), une zone de publicité élargie (ZPE) et une zone de publicité autorisée (ZPA) :

- ZPR 0 : cette zone avait pour vocation d'interdire toute publicité sur les fronts de mer, les sites bâtis et naturels de qualité, ainsi que le long des coulées vertes. Le règlement devait interdire toute publicité, à l'exception de la publicité commerciale implantée sur les mobiliers urbains, pour une surface unitaire maximale de 2 m<sup>2</sup> ;
- ZPR 1 : cette zone était destinée à limiter fortement la publicité en certaines entrées de ville et grands carrefours partiellement surchargés. Sur le domaine privé, les dispositifs sur support sont autorisés, et les publicités scellées au sol n'étaient admises que sur les unités foncières ayant une façade d'au moins 40 m sur la voie. Sur domaine public, seule la publicité commerciale sur mobilier urbain est autorisée dans la limite d'une surface unitaire maximale de 2 m<sup>2</sup> ;
- ZPR 2 : cette zone était destinée à limiter raisonnablement la publicité sur les principaux axes de pénétration et de traversée des agglomérations ainsi que dans certains carrefours urbains. Sur domaine privé, la longueur de façade est ramenée à 20 m pour les dispositifs au sol, tandis que le nombre maximal de dispositif sur support est porté à 2 dispositifs par unité foncière. En revanche le règlement ne comporte plus aucune contrainte en ce qui concerne les dispositifs installés sur le domaine public ;
- ZPE : cette zone couvrant le secteur commercial de l'Hermitage à Brest était destinée à accorder un peu plus de liberté de la réglementation nationale, notamment en ce qui concerne l'implantation des enseignes scellées au sol dont la hauteur maximale sera portée de 12 m avec une surface maximale de 16 m<sup>2</sup> ;
- ZPA : cette zone était destinée à réglementer les secteurs industriels ou commerciaux situés hors agglomération, afin d'y autoriser notamment l'implantation d'enseignes scellées au sol, à concurrence de ce qui était autorisé en agglomération.

Sur la ville de Brest, l'application de ce plan devait conduire à la suppression d'environ 20 à 30 % des dispositifs publicitaires en domaine privé (soit environ 200 à 300 panneaux). Sur le domaine public, sur environ 550 mobiliers urbains supports de publicité (y compris abribus) environ 20 à 30 dispositifs type mobilier urbain pour l'information (MUPI) d'une surface de 10 m<sup>2</sup> devaient être supprimés ou déplacés.

Fin 2001, il est apparu nécessaire de modifier le règlement :

- d'une part la commune du Relecq-Kerhuon a manifesté son souhait d'appliquer ce règlement sur son territoire ;
- d'autre part la ZPPAUP du centre-ville de Brest a été créée le 11 juin 2001. Or, dans le périmètre de la ZPPAUP, tout dispositif publicitaire est interdit sauf si le règlement local de publicité en dispose autrement. Les élus de Brest ont alors affirmé qu'ils ne souhaitaient pas exclure la publicité du centre-ville de Brest, ni sur le domaine public, ni en domaine privé ;
- Enfin après deux années de mise en application, les communes ont souhaité profiter de cette modification pour corriger, compléter ou rendre plus cohérentes les dispositions existantes, tant au niveau du règlement que sur le plan des zonages.

La première modification du RLP aboutira le 4 août 2003. Les effets principaux sont d'avoir intégré la commune du Relecq-Kerhuon au règlement de publicité et défini une ZPR 3 couvrant le périmètre de la ZPPAUP du centre-ville de Brest.

Le document n'évoluera plus après cette date.

# 2

## DIAGNOSTIC

# Méthodologie mise en œuvre pour réaliser le diagnostic

Le diagnostic a été construit autour de 3 axes :

- un audit des deux RLP de la métropole a été réalisé, au regard notamment de la réglementation nationale en vigueur depuis la loi ENE ;
- un diagnostic de terrain selon un échantillonnage représentatif et stratégique ;
- des échanges avec les communes.

## Audit de la réglementation locale

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et le décret du 30 janvier 2012 pris pour son application ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes. La loi a renforcé l'encadrement de l'affichage publicitaire, en introduisant notamment une notion de densité, en révisant les règles nationales de format et d'emplacement, en interdisant la publicité hors agglomération, en supprimant certains régimes dérogatoires, et en adoptant des mesures destinées à favoriser les économies d'énergie.

L'entrée en application de cette nouvelle réglementation fait l'objet de mesures spécifiques selon que les territoires sont déjà couverts ou non par un RLP. Les RLP existants restent valables, tant qu'ils ne sont pas modifiés, jusqu'au 10 juillet 2020. Les nouveaux dispositifs sont soumis aux dispositions du RLP existant, en tant qu'il les concerne. En revanche, les nouveaux dispositifs pour lesquels le RLP est silencieux, sont soumis aux nouvelles dispositions réglementaires nationales.

Sur le territoire de Brest métropole, cette nouvelle réglementation entraîne un certain nombre de changements. Tout d'abord, la commune de Guilers qui, du fait de son statut de commune de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Brest, se verra appliquer une réduction des formats des dispositifs ainsi que leur interdiction dès lors qu'ils sont installés ou posés sur le sol.

Le code de l'environnement fixe, sauf dérogation faite par le RLP, une interdiction formelle d'installer de la publicité au sein du site patrimonial remarquable de Brest ainsi que dans les périmètres des abords des monuments historiques. Les communes de Bohars, Brest, Guilers, Gouesnou, Guipavas, Le Relecq-Kerhuon et Plougastel-Daoulas seraient concernées par cette règle.

Comparaison de l'évolution des paysages en 20 ans sur des axes du territoire © Brest métropole



Route du vieux Saint-Marc

Enfin, les formats sont limités à 12 m<sup>2</sup> maximum, alors que sur la ZPE, le RLP autorisait encore des dispositifs allant jusqu'à 16 m<sup>2</sup>.

Ainsi, hormis certaines dispositions ponctuelles, notamment la longueur de linéaire sur voie permettant l'installation de dispositifs publicitaires (40 m en ZPR 0 et 20 m en ZPR 1), il s'avère que la réglementation nationale est plus contraignante que les RLP en vigueur.

L'analyse des RLP a fait émerger des points bloquants dans leur structuration ou dans leur écriture réglementaire, en particulier le fait que :

- la métropole est dotée de deux RLP distincts pouvant générer un manque de cohérence et des difficultés dans l'application des règles par les porteurs de projet ;
- le règlement est basé sur des linéaires et non des zones. Cette posture implique des disparités réglementaires et donc de traitement, entre des paysages similaires : ceux couverts par le RLP et les autres, par le RNP ;
- figés en 2003, les RLP sont anciens et ne traitent pas des nouvelles formes d'affichage publicitaire tel que le numérique.

En revanche, les RLP en vigueur ont montré leur efficacité sur deux points :

- des règles qui demeurent encore valables, qui s'accordent toujours aux paysages dans lesquelles elles s'appliquent et qui répondent aux enjeux contemporains de dédensification de la publicité ;
- leur application a réellement rencontré l'objectif de préservation des paysages et du cadre de vie avec un recul des panneaux sur le territoire. A titre illustratif, des espaces emblématiques d'entrée de ville ont connu une décroissance de 75 % des panneaux (voir ci-après).



Route de Quimper

Pen ar C'hleuz

## Diagnostic de terrain selon un échantillonnage représentatif et stratégique

Dans le cadre de la révision du RLP, le diagnostic mené sur le terrain a consisté à privilégier une approche qualitative plutôt que quantitative.

Si l'approche quantitative par le biais d'un exercice de relevé exhaustif peut sembler propice à un diagnostic, il s'avère que cette approche nécessite une mobilisation conséquente (en temps et moyen humain). Il s'avère également que la donnée récoltée à l'instant T n'est pas pérenne dans le temps (un dispositif peut être enlevé, déplacé, modifié...) et pose donc la question de la fréquence de sa mise à jour. Enfin, la quantité de dispositifs (hors dispositifs illégaux) sur le territoire peut être évaluée grâce aux communes qui possèdent l'historique des déclarations préalables pour une installation.

S'ajoutant à ces constats, la délibération prescrivant la révision du RLP invite davantage à investiguer des points précis du territoire plutôt que l'ensemble de celui-ci. En ce sens, une analyse de la publicité extérieure s'est déroulée sur des espaces publics métropolitains, des

entrées de ville, des grands axes, des zones résidentielles, des zones d'activités, la façade maritime, ainsi qu'au sein du périmètre de l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) et aux abords des monuments historiques situés en agglomération.

Un principe d'échantillonnage représentatif a été mis en place pour sonder le territoire. A titre illustratif, pour la catégorie des zones résidentielles, les visites ont été menées dans des tissus urbains pavillonnaires, faubouriens et diffus, en parcourant des axes très fréquentés ou non et enfin sur la commune de Brest comme dans les communes périphériques.

Enfin, l'analyse du paysage appréhende un lieu à la fois en termes d'identité (sa composition) et à la fois en termes d'image (sa perception). Selon ces deux principes, un même dispositif publicitaire peut avoir un impact différent suivant le contexte dans lequel il s'inscrit et la personne qui en apprécie l'intégration paysagère.

## Echanges avec les communes

Conduite à l'initiative et sous la responsabilité de Brest métropole, la procédure d'élaboration du règlement local de publicité se construit en collaboration les communes. Il est important de rappeler que si le RLP est élaboré par Brest métropole, les maires des communes demeurent l'autorité compétente en matière d'affichage : la commune instruit les demandes et délivre les autorisations.

Les communes ont participé aux différents stades de la procédure, depuis les échanges techniques jusqu'aux validations politiques.

Les échanges avec les communes ont permis en particulier :

- d'identifier les services et les acteurs qui mettent en œuvre les règlements ;
- de comprendre l'organisation des communes dans le traitement des demandes et leur contrôle ;
- de considérer les besoins communaux en matière de réglementation ;
- de partager des informations sur des notions connexes au règlement local de publicité telles que : la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE), la signalisation d'information locale (SIL), les journaux électroniques municipaux ;
- de rappeler les grands principes qui fondent le règlement national de publicité ;
- d'évaluer les zones du territoire communal où la demande en matière de dispositif est élevée et inversement ;
- de consolider le socle des connaissances paysagères.

## LA NATURE DES DEMANDES INSTRUITES

En questionnant les communes sur le nombre et la nature des demandes instruites par an, il est constaté que les demandes d'enseignes sont plus nombreuses que celles représentant la publicité ou la préenseigne.

Pour l'année 2017, le tableau ci-après récapitule le nombre de demandes :

Communes	Enseignes	Publicités et préenseignes
Bohars	1	0
Brest	113	12
Gouesnou	7	3
Guilers	1	0
Guipavas	10	1
Le Relecq-Kerhuon	0	0
Plougastel-Daoulas	7	NC
Plouzané	5	4

## UN GUIDE DES DEVANTURES COMMERCIALES PRÉEXISTANT

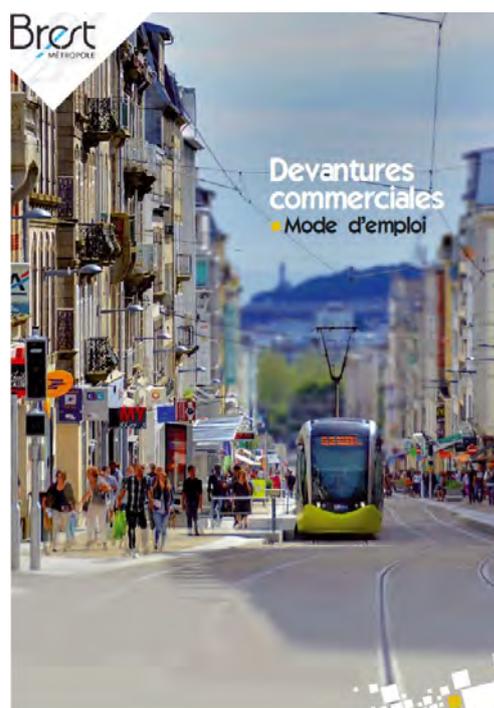
Le guide des devantures commerciales, élaboré par Brest métropole en 2016, est avant tout un outil d'aide à la décision destiné aux commerçants qui souhaitent entreprendre une rénovation complète ou un projet plus modeste de rénovation de façade commerciale. Son objectif est d'indiquer des recommandations afin que les commerçants renforcent l'attractivité de leur établissement par la valorisation de leur patrimoine architectural et participer ainsi à l'essor économique du tissu commercial de Brest métropole.

L'architecte des bâtiments de France, consulté pour les projets situés en périmètre des abords des monuments historiques et dans le site patrimonial remarquable, s'appuie sur ce document pour conseiller les porteurs de projet.

Ce document est aujourd'hui accessible en ligne sur le site brest.fr.

Les recommandations qui composent le guide relèvent de principes architecturaux globalement partagés dans les documents et chartes de vitrines commerciales en France (couleurs, éclairages, accessibilité...). Déjà largement appliqué, la proposition est donc de reprendre tout ou partie des mesures évoquées dans la charte.

Cette proposition a été bien accueillie, avec l'idée de tendre vers des enseignes de commerces qualitatives, tout en permettant l'édition de règles claires pour tous les acteurs et donc une instruction des dossiers facilitée.



Extrait du guide des devantures commerciales © Brest métropole



## DES COMMUNES DONT LES CITOYENS ONT UN RAPPORT APAISÉ AVEC L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE

Les communes font état d’un climat apaisé avec les riverains, les associations locales et les commerçants vis-à-vis de la publicité sur leur territoire. Les remontées d’informations et de demandes constatées sont davantage liées à la volonté, pour les commerçants, d’établir un jalonnement commercial. Cependant cette démarche sort du champ de compétence du RLP.

## UNE TAXE LOCALE SUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE (TLPE) QUI PRODUIT DÉJÀ DES EFFETS

La taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) est instaurée sur toutes les communes de la métropole. Elle est due par l’exploitant du support publicitaire, et en cas de défaillance de ce dernier, par le propriétaire du support ou celui dans l’intérêt duquel le dispositif est réalisé.

Certaines communes observent que la taxe agit comme un frein aux volontés des porteurs de projet de disposer d’enseignes de grandes dimensions. Une certaine forme d’autorégulation est ainsi adoptée.

A noter que les dispositifs publicitaires de moins de 7 m<sup>2</sup> en surface cumulée sont exonérés de plein droit de la TLPE (sauf délibération contraire de la collectivité). Certains opérateurs économiques optent donc pour des enseignes dont les dimensions se situent sous ce seuil.

Bien qu’indirectement lié au règlement de publicité, ce choix a une incidence sur la qualité des paysages et du cadre de vie.

## DES RÈGLES EN VIGUEUR EFFICACES POUR LES PAYSAGES

Plusieurs communes affirment que des règles actuelles sont efficaces et méritent une conservation dans le prochain RLP.

A titre d’exemple, dans le RLP actuel couvrant les communes hors Plougastel-Daoulas, le règlement précise qu’en ZPR 1 la publicité est autorisée seulement si la façade sur voie est supérieure à 40 m linéaire. Cette règle permet de répondre à l’enjeu de dédensification des dispositifs sans toutefois mobiliser la notion d’interdistance entre les dispositifs qui est arbitraire et non-équitable (le premier dispositif installé régule tous les suivants). Cette mesure est donc gage de qualité paysagère notamment sur les grands axes où les parcelles en lanières s’enchainent.

## UN CORRIDOR DU TRAMWAY À PRÉSERVER

La ligne de tramway a fait l’objet d’un traitement des espaces publics particulièrement soigné. Les dispositifs publicitaires qui ponctuent le tracé sont issus du contrat entre Brest métropole et un prestataire de publicité urbaine. Ces derniers sont considérés comme satisfaisants dans le paysage par les communes.

## PRÉSERVER DES ESPACES URBAINS SYMBOLIQUES

Les communes plaident en faveur d’une limitation forte de dispositifs publicitaires dans des secteurs urbains jugés comme symboliques. Certaines d’entre elles bénéficient de vues lointaines sur le grand paysage (littoral, plateau du Léon...) et considèrent que ces vues sont d’intérêt général. Dans d’autres cas, des espaces symboliques correspondent aux lieux de la commune qui marquent son identité, justifiant un renforcement de la maîtrise de l’affichage publicitaire.

Quant aux espaces dits patrimoniaux, du type de l’aire de mise en valeur de l’architecture et du patrimoine (AVAP) de Brest ou des périmètres de protection des abords d’un monument historique, certaines communes sont favorables à la disparition totale de la publicité. Cependant, il est difficilement envisageable de supprimer totalement la publicité dans ces espaces qui couvrent les centralités communales.

Cela est tout particulièrement vrai dans le centre-ville de Brest, où il est rappelé que le RLP actuel avait été modifié en 2003 pour réintroduire la publicité, sous certaines conditions, suite à l’adoption de la zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP).

## LA PROTECTION DES ZONES RÉSIDENTIELLES

Les échanges avec les communes ont permis de mettre en avant la notion de cohérence avec le contexte. Dans un contexte résidentiel, il apparaît que la présence de dispositifs publicitaires ne présente que peu de lien avec la vocation première de la zone. A l’inverse, le lien entre publicité et zone commerciale semble davantage porteur de sens.

C’est à travers ce constat que les grands formats de 8 ou 12 m<sup>2</sup> ne semblent pas en adéquation avec des zones résidentielles. Considérant qu’il s’agit par ailleurs d’espaces peu attractifs pour les afficheurs (même lorsque les flux dépassent les 5 000 véhicules par jour), il pourrait être envisagé de limiter les dispositifs à 2 m<sup>2</sup> (format classique des « sucettes » dans cette zone). Néanmoins, ponctuellement des zones résidentielles traversées par de grands axes automobiles pourraient continuer d’accueillir des dispositifs de 8 m<sup>2</sup>. Sur ce type d’axe, ces dispositifs restent cohérents selon un rapport dimension/mode de déplacement (grand format pour les voitures) et répondent aux besoins des affichistes en termes de communication et de visibilité.

## LA PROTECTION DES PARCS ET JARDINS EN VILLE

La publicité est interdite dans les parcs nationaux, les réserves naturelles et sur les arbres, et il est proposé d'étendre cette interdiction pour les zones naturelles (N), urbaines paysagères (UP) et les espaces boisés classés (EBC) du PLU.

## RÉGULER LA PUBLICITÉ SCÉLÉE OU POSÉE AU SOL : LES CHEVALETS OU « STOP PIÉTONS »

L'entretien et la gestion de dispositifs posés au sol sur le domaine public de type chevalet ou oriflamme questionnent les communes. Trois raisons motivent leur interdiction :

- l'entretien de l'espace public : les services de la propreté prennent davantage de temps à nettoyer les espaces où ces dispositifs sont installés ;
- la sécurité : certains dispositifs ne supportent pas les conditions climatiques et notamment les forts vents ;
- les conflits d'usage générés aux intersections entre l'axe Siam / Jaurès et les rues perpendiculaires à Brest : l'accumulation de dispositifs nuit aux déplacements des piétons et cycles.

Cependant, ces dispositifs font également partie du dispositif d'information des commerçants et d'une certaine manière de l'animation urbaine. En cas d'interdiction, des mesures compensatoires pour assurer la signalisation des commerces seraient proposées.

## ENCADRER LES SUPPORTS NUMÉRIQUES

La publicité mais aussi les enseignes numériques sont un des enjeux importants pour les communes. Les demandes sont en croissance et les RLP actuels n'ont pas de dispositions à ce sujet. Les communes mesurent pleinement l'impact de ces dispositifs dans le cadre de vie tant en situation diurne que nocturne.

Il est rappelé que le code de la route (article R.418-4) est l'outil à saisir en cas de situations dans lesquelles le dispositif est considéré comme altérant la visibilité ou l'attention des usagers.

## EVITER LES DISPOSITIFS EN DOUBLON

Un constat commun entre Brest métropole et certaines communes révèle une configuration qui se répète dans l'espace urbain : un abribus comportant de la publicité et parfois précédé en amont ou en aval d'un dispositif supplémentaire de 2 m<sup>2</sup>.

Ce procédé est jugé comme non nécessaire et altérant la qualité du cadre de vie (principe de dédensification).

## Echanges avec les partenaires

Afin de croiser les regards et d'enrichir le projet de révision, la collectivité a diffusé son ambition auprès de différents partenaires, professionnels de l'affichage et association agréée pour l'environnement. Dans le même sens, elle a recueilli des avis et remarques venant de ces acteurs. Leurs apports ont permis de préciser les intentions de la métropole notamment en ce qui concerne les surfaces des dispositifs et les typologies d'enseignes et leur empreinte dans le paysage (enseignes sur clôture etc).

# Résultats du diagnostic

## En matière de publicité et de préenseigne

### LES CONSTATS

#### Accumulation de dispositifs sur les grands axes, les entrées de villes, les intersections

Les grands axes, les entrées de ville, les intersections drainent un grand nombre de véhicules rendant ces secteurs particulièrement recherchés pour la publicité.

Avec une moyenne de 28 500 véhicules par jour en 2015 sur la section entre l'intersection des 4 vents et le rond-point de Pen Ar C'hleuz, le boulevard de l'Europe est représentatif des grands axes de l'agglomération. On dénombre 54 dispositifs sur les 2,5 km du boulevard, dont 65 % représentent des dispositifs de grande dimension (supérieur à 8m<sup>2</sup>).

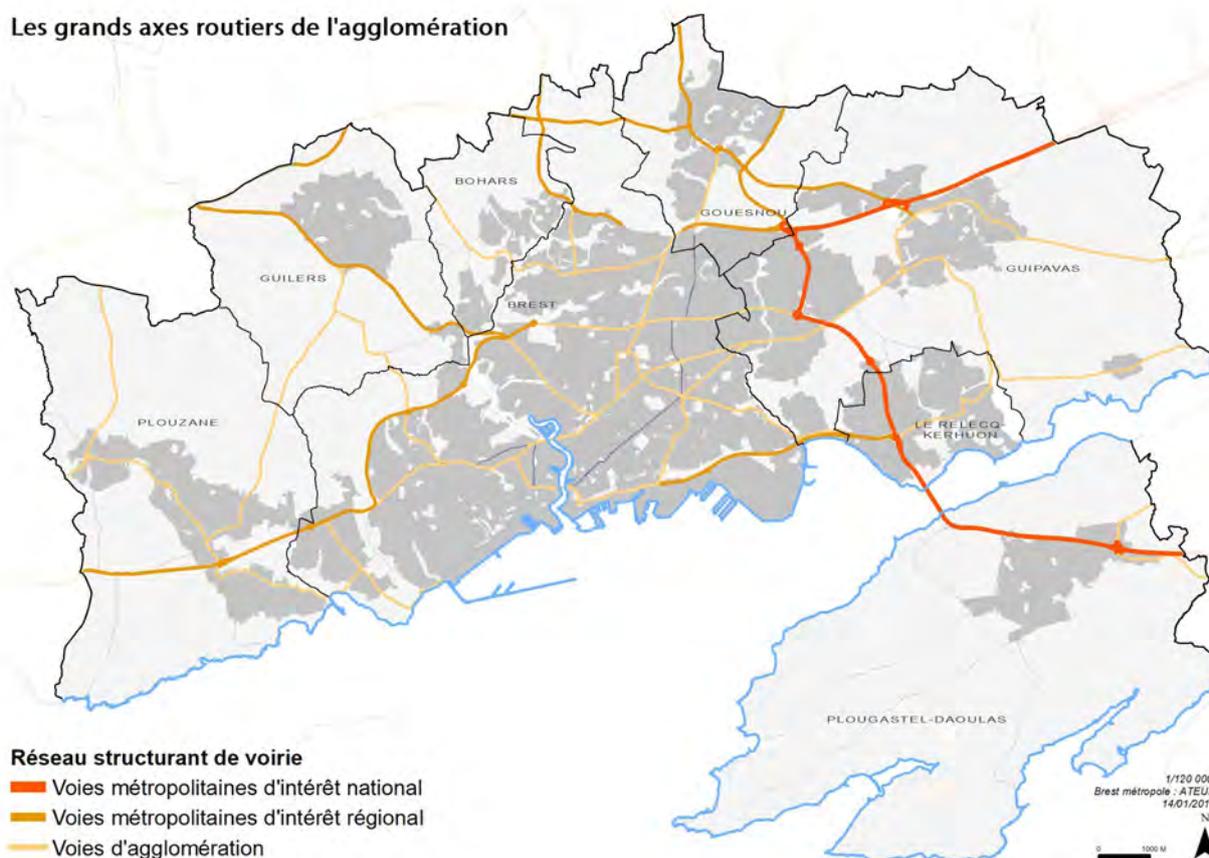
En ce qui concerne les intersections, les dispositifs profitent d'une « occasion de voir » (ODV) importante car elles combinent un flux important avec des temps de passages ralentis. L'utilisateur a donc davantage de temps pour parcourir le paysage et accrocher son regard sur un

dispositif publicitaire. L'effet est maximal si l'utilisateur est en attente (feu rouge, ralentissement...).

Dans le quartier de Saint-Pierre à Brest, le rond-point à l'angle des rues Anatole France, Emile Rousse et de l'avenue de l'Ecole Navale est représentatif de ce phénomène. Avec sept dispositifs de publicité, chaque direction empruntée par le regard est jalonnée d'une publicité.

A noter que certains axes et intersections sont propices à l'image de la métropole. A titre illustratif, le paysage proposé à Pen Ar C'hleuz renvoie à l'une des portes d'entrée automobile principale de la métropole et celui de la route du Vieux Saint-Marc est très singulier grâce aux falaises. Il serait regrettable de voir ces paysages gagnés par la publicité notamment dans une perspective d'accueil qualitatif (tourisme etc).

#### Les grands axes routiers de l'agglomération





Boulevard de l'Europe à Brest © Brest métropole



Boulevard de l'Europe à Brest © Brest métropole



Boulevard de l'Europe à Brest © Brest métropole



Intersection des rues Anatole France, Emile Rousse et de l'avenue de l'Ecole Navale à Brest © Brest métropole



Intersection des rues Anatole France, Emile Rousse et de l'avenue de l'Ecole Navale à Brest © Brest métropole

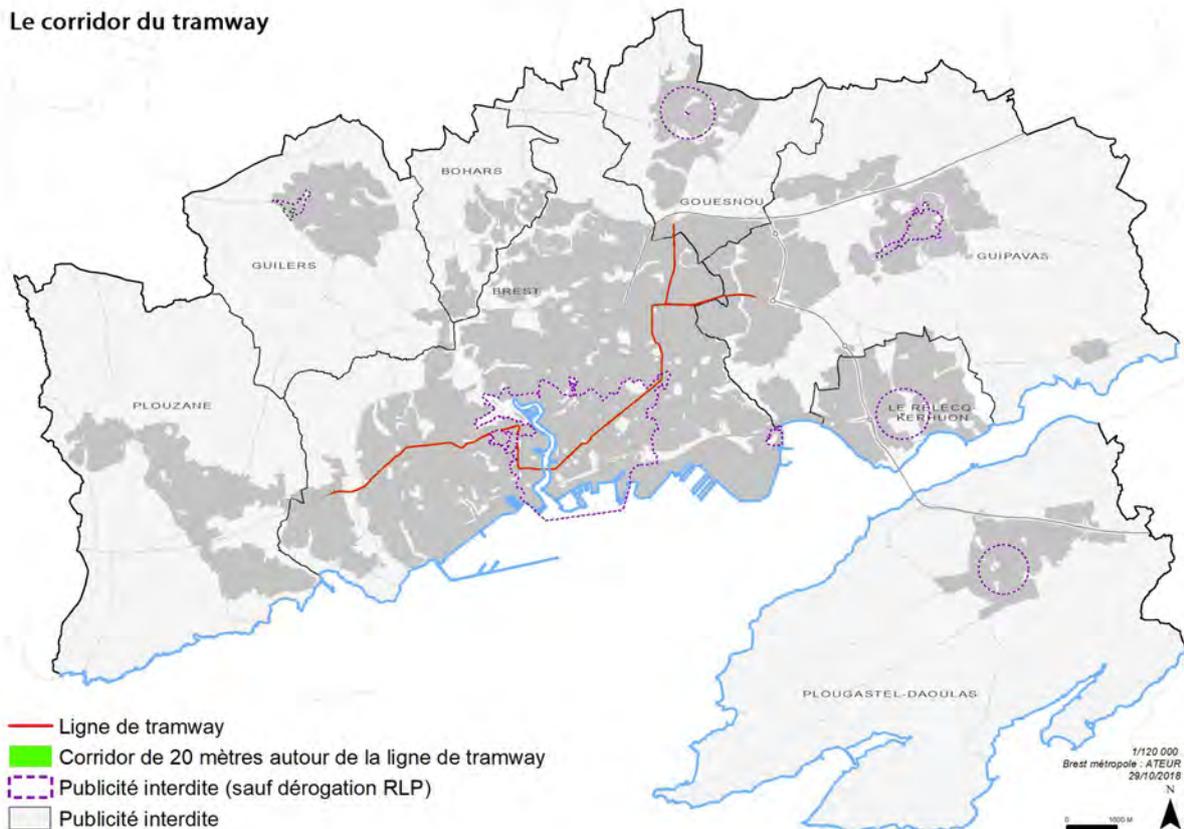
### Une ligne de tramway au capital paysager important

La conception de la ligne de tramway a mobilisé des paysagistes et urbanistes dont l'objectif était de proposer un espace fonctionnel et qualitatif pour le cadre de vie. Le domaine public de la ligne de tramway possède donc un vocabulaire paysager propre avec un traitement soigné. Les dispositifs utilisés sur cet axe relèvent du mobilier urbain conventionné avec Clear Channel et leur positionnement, leur design et leur entretien n'entachent pas le paysage.

En revanche les visites de terrain ont mis en lumière un phénomène particulier : la multiplication des dispositifs publicitaires de grande dimension sur le domaine privé donnant sur la voie publique du tramway. Cette tendance est particulièrement visible sur le boulevard de Plymouth.

La règle actuelle qui stipule de disposer d'une façade de 20 m (en ZPR 2) minimum sur la voie est ainsi très utile pour éviter l'effet de densité des publicités.

#### Le corridor du tramway



Boulevard de Plymouth à Brest © Brest métropole

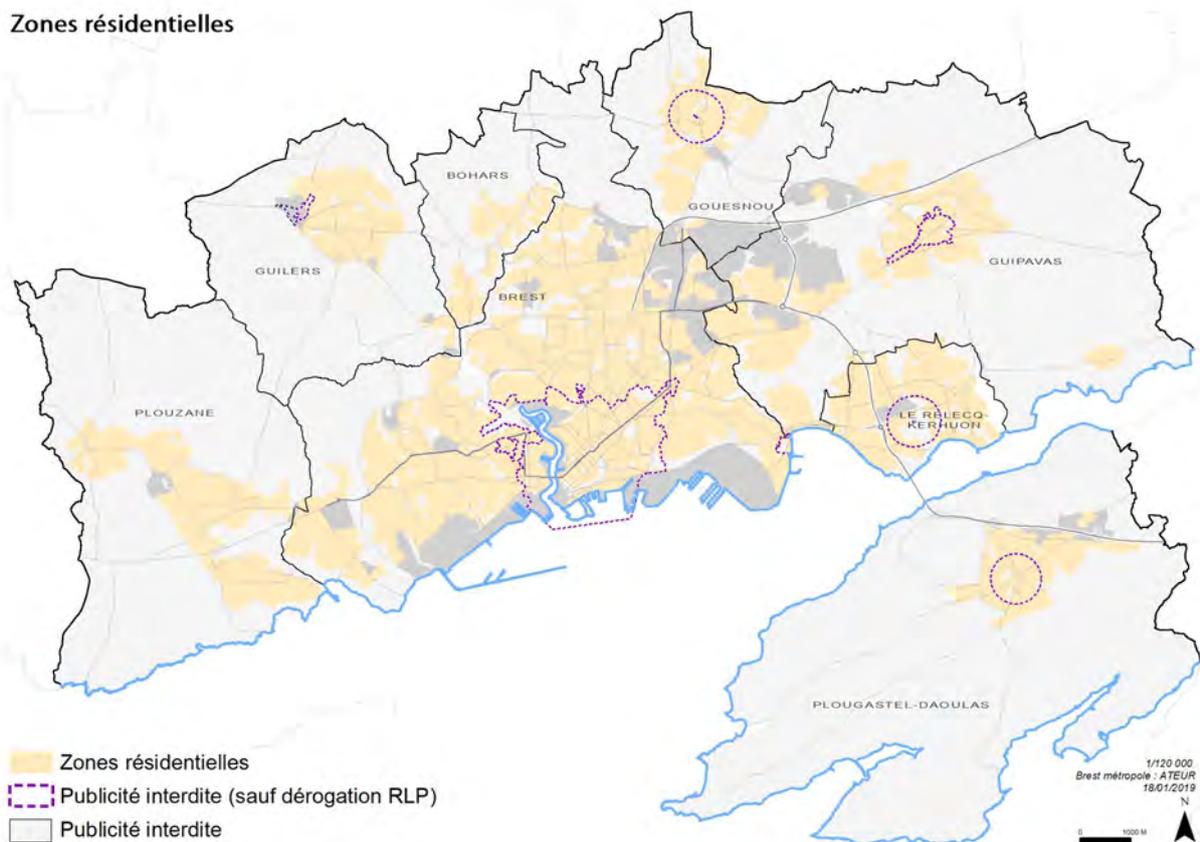
### Des zones résidentielles peu impactées

Les « occasions de voir » (ODV) sont moins prégnantes dans les zones résidentielles de la métropole car les flux y sont moins importants (la population se diffuse rapidement dans chaque rue). Même dans un contexte de typologies d'habitat différents : pavillonnaire à Guilers, rue faubourienne à Le Relecq-Kerhuon, grand ensemble à Bellevue etc... les dispositifs publicitaires sont globalement peu nombreux sur les voies de desserte. Leur présence sur les grands axes qui traversent les zones résidentielles est toutefois constatée.

Cependant, les dispositifs de 8 m<sup>2</sup> semblent peu adaptés au contexte résidentiel, parfois ils masquent ou dépassent le bâti.

Les dispositifs numériques semblent peu propices à une installation dans ces zones. La nuit, l'émission de lumière blanche ponctuelle par ce type de dispositif se présente comme une irrégularité dans un paysage et peut altérer la qualité du cadre de vie des populations environnantes.

#### Zones résidentielles



## Une forte pression sur les zones d'activités

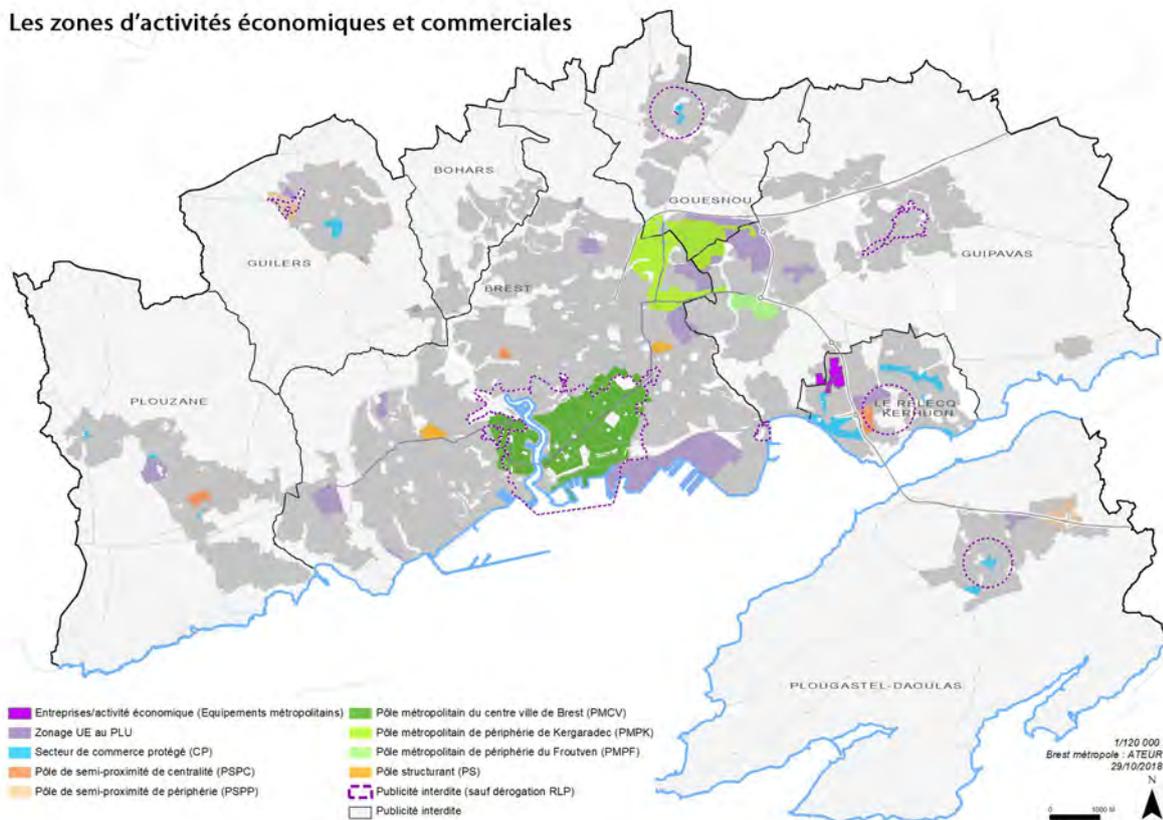
Les zones d'activités possèdent une identité basée sur des éléments architecturaux simples, des voiries, des parkings, des lieux de stockage... Leur image en matière de paysage est souvent jugée de manière négative. Mais une nette amélioration paysagère est visible entre les premières zones de la métropole (Kergaradec) et celles ouvertes récemment (Froutven) : l'architecture et l'espace public y sont davantage travaillés dans un souci de cohérence.

La recherche de l'effet vitrine, superposée à la volonté pour les entreprises d'indiquer leur présence (préenseigne) contribue à produire des paysages marqués par une succession de dispositifs, généralement de grande dimension afin d'être visibles dans un contexte où l'architecture est imposante.

Certains dispositifs se révèlent être un agglomérat sans réelle dimension formelle dont l'impact paysager est très négatif (masque sur la végétation...) et dont l'entretien n'est pas assuré.

La délibération prescrivant la révision du RLP, indique l'objectif de maîtriser l'éclairage des enseignes et des dispositifs publicitaires afin de limiter l'énergie consommée mais aussi lutter contre les nuisances lumineuses. Ce point apparaît comme important dans le contexte de zones d'activités où la grande majorité des flux et donc des usagers s'estompent au-delà de 21h00.

### Les zones d'activités économiques et commerciales



Rue Amiral Romain Desfosses à Brest © Brest métropole





Rue Amiral Romain Desfosses à Brest © Brest métropole



Rue Gaston Planté à Brest © Brest métropole

## Des espaces d'intérêt général en matière de paysage

En agglomération, là où la publicité est autorisée, certains secteurs portent l'identité du territoire. Ils se révèlent être des espaces vecteurs d'attractivité pour les habitants comme pour les touristes. C'est le cas des espaces patrimoniaux ou symboliques dans lesquels des efforts sont engagés pour préserver le patrimoine bâti, paysager, naturel (exemple : dans l'AVAP ou le périmètre des monuments historiques).

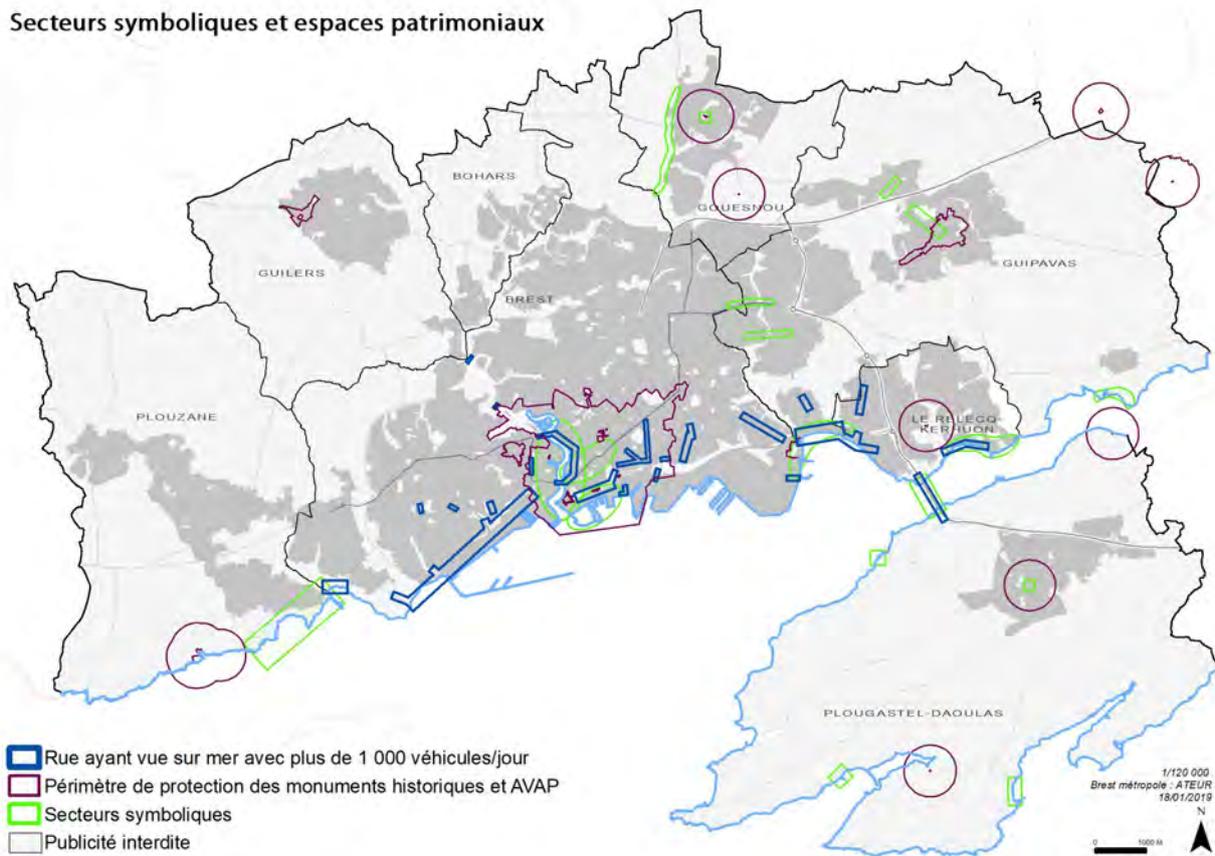
La façade maritime est aussi à considérer dans cette catégorie, puisque la rade fait partie intégrante de

l'identité de la métropole avec ses différentes facettes (polder, falaises, plages...) et ses rues avec vues plongeantes sur la mer.

Ce caractère paysager est important et mérite un statut de paysage d'intérêt général avec des règles visant à limiter l'implantation et le gabarit des dispositifs.

Aujourd'hui certaines publicités sont apposées à proximité immédiate et entravent la perception sur le monument et/ou le paysage.

### Secteurs symboliques et espaces patrimoniaux



La plage du Moulin Blanc à Brest © Brest métropole



Le monument Américain et les rampes à Brest © Brest métropole



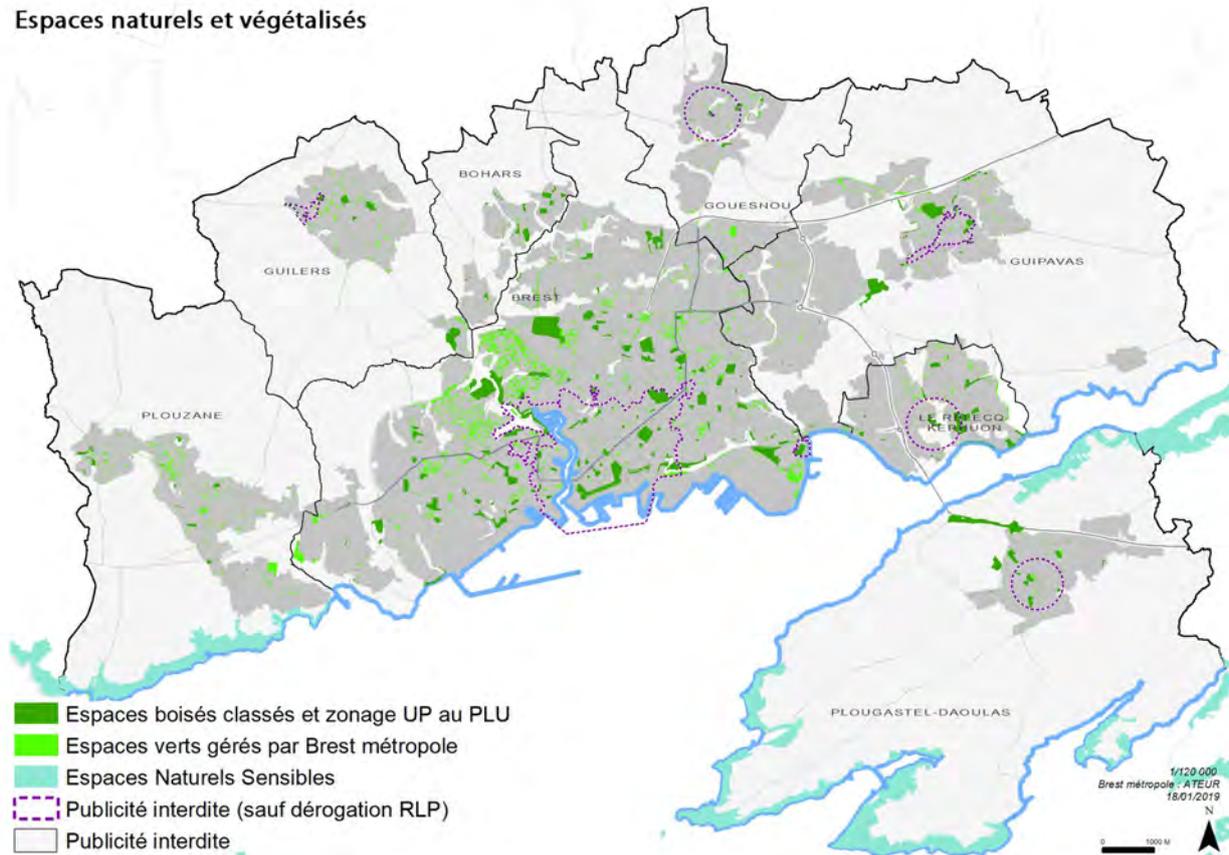
Eglise Sainte-Thérèse du Landais à Brest © Brest métropole

### Des espaces verts impactés par la proximité avec de la publicité

Les zones naturelles (N), urbaines paysagères (UP) et les espaces boisés classés (EBC) du PLU font parfois l'objet d'une déqualification paysagère par la présence de dispositifs à proximité immédiate. Si une interdiction stricte à l'intérieur de leur périmètre semble nécessaire

afin de s'aligner sur le code de l'environnement (interdiction dans les parcs nationaux, les réserves naturelles et sur les arbres), la protection des abords a été étudié, mais n'a pas conduit à élaborer de dispositions spécifiques.

#### Espaces naturels et végétalisés



Boulevard de Coataudon à Guipavas © Brest métropole

## LE BILAN

Sur la base de multiples visites entre 2017 et 2018, du regard des services techniques (et parfois de la police municipale) des communes qui parcourent le territoire quotidiennement, il s'avère que Brest métropole est peu impactée par la publicité extérieure. Que ce soit en agglomération ou hors agglomération (la publicité y est interdite), globalement les dispositifs présents ne perturbent pas ou peu le paysage. Si des dispositifs

émergent dans le tissu urbain, il est à noter que le caractère visible de la publicité est intrinsèquement lié à sa nature : il faut être vu. C'est selon un certain contexte urbain et paysager que la publicité peut être nuisible au paysage. Cependant, il demeure admis que des cas particuliers sont à relever comme les zones d'activités et les grands axes notamment, où des densités plus fortes sont observées.

# En matière d'enseigne

## LES CONSTATS

### Une surenchère de dispositifs pour quelle lisibilité ?

Les entreprises situées sur des axes fréquentés peuvent tendre vers la démultiplication des dispositifs pour maximiser leur effet vitrine. Cette surabondance contribue à créer un effet de masse peu qualitatif pour le

paysage et/ou l'architecture de l'activité. Se pose également la question de la lisibilité de l'information transmise : le regard est-il en mesure de déchiffrer chaque information ? Est-ce réellement utile pour l'identification de la marque ou du secteur d'activité ?



Boulevard de l'Europe à Brest © Brest métropole



Rue Yves Collet © Brest métropole

Dans le cas ci-après, le commerce conserve un nombre important d'informations tout en proposant une sobriété de traitement propice à la qualité du cadre de vie.



Rue Auguste Kervern à Brest – Avant ravalement de façade © Google Maps



Rue Auguste Kervern à Brest – Après ravalement de façade © Brest métropole

## Une grande hétérogénéité

Les enseignes se différencient des dispositifs publicitaires en cela qu'elles échappent à des standards. Si cet aspect est un avantage (adaptabilité et flexibilité au contexte), il peut s'avérer handicapant pour le paysage. Le caractère hétéroclite des enseignes peut porter préjudice à un

contexte urbain homogène et à forte valeur patrimoniale. Leur apposition sur l'architecture est aussi une source de déqualification urbaine et paysagère : par exemple en gommant les corniches.



Rue de Glasgow à Brest © Brest métropole

Les enseignes en drapeau situés hors des niveaux commerciaux sont le point principal de vigilance à observer.



Place des F.F.I. à Brest © Brest métropole

De plus, le dimensionnement joue un rôle éminemment important dans la perception paysagère.



Boulevard Charles de Gaulle à Le Relecq-Kerhuon © Brest métropole

Les enseignes émettant directement de la lumière sont en croissance sur les territoires, en particulier dans le centre de Brest.



Rue Jean Jaurès à Brest © Brest métropole

De manière générale dans les centralités commerciales des communes, les enseignes sont de taille modeste. Une forme d'autorégulation est observée afin de diminuer la taxe locale sur la publicité extérieure.

En ce qui concerne les zones d'activités, les enseignes sont plus imposantes car elles s'adaptent à leur contexte : des bâtiments avec de grands volumes.

Les zones d'activités récentes, telles que le Froutven, présentent des traitements homogènes qui apparaissent comme une solution positive pour le paysage et pour la fonction de signalisation des activités.

Il demeure que les enseignes sur toitures respectent peu les règles fixées dans le code de l'environnement (lettrage découpé, support de fixation dissimulé et limité en hauteur...)



Zone commerciale du Froutven à Guipavas © Brest métropole



Rue André Colin à Brest © Brest métropole



D788 Kergaradec à Brest © Brest métropole

## LE BILAN

L'impact des enseignes sur le paysage est lié à leur qualité (couleur, positionnement) et leur dimensionnement. L'hétérogénéité obtenue par la multiplicité des entreprises et des concepteurs (enseignistes) est à la fois une force et une faiblesse suivant les cas. Le contexte est primordial pour juger de l'harmonisation de l'enseigne ou non.

Les enseignes constituent un champ où la progression qualitative est à travailler et ce, dans tous les contextes : centralités commerciales de centre-ville et centre-bourg ou de zone d'activité. Néanmoins le rapport des enseignes au paysage du territoire est globalement satisfaisant.

# 3

## ORIENTATIONS GÉNÉRALES

Les orientations générales en matière d’affichage extérieur sont fondées sur les objectifs de la délibération de prescription du RLP et sur le diagnostic.

Elles ont fait l’objet d’un débat en Conseil de la métropole le 1er février 2019.

# Orientations générales en matière de publicité et de préenseigne

## Définir un cadre commun sur l’ensemble du territoire pour une politique de l’affichage cohérente et plus efficace

Le territoire métropolitain compte actuellement deux RLP distincts. Cette orientation vise à clarifier et simplifier la réglementation en établissant un seul et unique document pour toutes les communes de la métropole. Cette réglementation unique permet d’obtenir une cohérence des règles sur l’ensemble de la métropole.

De plus, cette orientation permettra de faciliter les échanges, le travail d’instruction et de police mené par les communes qui conservent ces compétences à l’issue de l’approbation du RLP.

Toutefois, la commune de Guilers observera des spécificités considérant qu’elle n’appartient pas à l’unité urbaine de Brest au sens de l’INSEE. En effet, le code de l’environnement impose à cette commune un régime plus strict notamment pour ce qui concerne les dispositifs scellés au sol, qui y sont interdits.

## Adapter la réglementation au territoire en tenant compte de ses caractéristiques : définir des zones et des règles qui leur sont propres

Reprenant les principes qui gouvernent le droit de l’urbanisme, le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale issue du décret du 30 janvier 2012 applicable à l’ensemble du territoire national.

Le RLP permet d’apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie du territoire en différenciant la réglementation selon les espaces et leur sensibilité :

- zone 1 : les espaces de nature, emblématiques et hors agglomération ;
- zone 2 : les espaces de centralité ;
- zone 3 : les secteurs d’intérêt patrimonial ;
- zone 4 : les espaces urbains mixtes ;
- zone 5 : les zones d’activités ;
- zone 6 : les abords du tramway ;
- zone 7 : les axes structurants ;
- zone 8 : l’aéroport.



Dispositif de 8 m<sup>2</sup> © Brest métropole



L’église de Guipavas marque la centralité de la commune

## Réduire les formats en cohérence avec l'environnement et les paysages

Afin de préserver le cadre de vie et la qualité des paysages, les formats d'affichage seront ajustés en fonction du contexte dans lequel ils prennent place. Sur l'ensemble du territoire, il est proposé de réduire le format maximum à 8 m<sup>2</sup> au lieu de 12 m<sup>2</sup> actuellement autorisé par le RNP.

Le format maximum de 2 m<sup>2</sup>, plus adapté au contexte urbain des zones résidentielles et des secteurs patrimoniaux, serait appliqué à l'exception des axes structurants.

## Autoriser la publicité au sein des sites patrimoniaux remarquables

Par principe l'affichage publicitaire est interdit dans les sites patrimoniaux remarquables et les périmètres des abords des monuments historiques. Cependant ces espaces correspondent généralement aux centralités des communes. C'est pourquoi le RLP propose d'autoriser la publicité et les préenseignes en encadrant strictement leur implantation.



une © Brest métropole



Juxtaposition des dispositifs sur une même unité foncière © Brest métropole

## Dédensifier les secteurs à forte pression marqués par les phénomènes de concentration et les dispositifs implantés sur une même unité foncière

Des portions précises du territoire sont actuellement sujettes à des regroupements de dispositifs publicitaires : les intersections routières, les zones d'activités commerciales, les grands axes... cette accumulation nuit à la qualité du cadre de vie. Elle est également contreproductive pour la bonne perception et lisibilité de la publicité. C'est en particulier le cas lorsque les publicités se juxtaposent sur une même unité foncière. Les règles de densité nationale seront renforcées afin d'empêcher la prolifération des dispositifs d'affichage.

## Encadrer les préenseignes posées au sol

Des dispositifs de types chevalets ou oriflammes sont aujourd'hui installés sur l'espace public afin de signaler les commerces. Ces dispositifs présentent un intérêt de visibilité pour les commerces et participent à l'animation urbaine. Néanmoins leur multiplication justifie d'encadrer leur implantation, en maîtrisant leur nombre et leur format.

## Encadrer les nouvelles formes de publicité numérique

Sous l'effet du développement technologique, les dispositifs de publicité numérique sont en croissance sur le territoire sous le format de 2 et 8 m<sup>2</sup>. Par leur luminosité, ils peuvent être une source de nuisance potentielle pour les paysages et pour le cadre de vie des populations alentours.



Regroupement de chevalets © Brest métropole

## Maîtriser la consommation énergétique

La publicité lumineuse est source de consommation énergétique et de nuisance lumineuse. Le RLP visera à limiter l'énergie consommée et à lutter contre les nuisances lumineuses en encadrant les conditions d'implantations et d'exploitation de ces dispositifs.

## Poursuivre l'action engagée dans les premiers RLP

A l'œuvre depuis 1995 pour Plougastel-Daoulas et 2003 pour les autres communes, les RLP ont produit des résultats satisfaisants en matière de maîtrise de l'affichage. Cette orientation vise donc à poursuivre l'action engagée en s'appuyant et en consolidant les dispositions existantes.

## Répondre de manière adaptée aux besoins de communication des entreprises et des partenaires institutionnels

Elaboré avec l'ambition de préserver le cadre de vie et la qualité des paysages, le RLP entend alléger le poids de la publicité dans le paysage. Cette orientation vise à élaborer un document équilibré avec les besoins des acteurs économiques et des institutions de communiquer.



Dispositif numérique de grand format sur le boulevard de l'Europe © Brest métropole

# Orientations générales en matière d'enseignes

## Définir un cadre commun sur l'ensemble du territoire pour une politique des enseignes cohérente et plus efficace

A l'instar de la publicité et des préenseignes, la recherche de cohérence et d'efficacité réglementaire sur l'ensemble du territoire est avancée en matière d'enseignes.

## Limiter le nombre de dispositifs par opérateur pour éviter leur démultiplication

La démultiplication des signaux par les opérateurs économiques, dans une logique de surenchère, est vectrice d'impacts négatifs pour le paysage. Le RLP proposera d'encadrer davantage le règlement national en matière de densité permise pour les enseignes posées au sol.

## Adapter les enseignes à leur contexte pour préserver les qualités paysagères et architecturales et de cadre de vie

La qualité paysagère passe par une adéquation entre les enseignes et le contexte dans lequel elles s'inscrivent (espaces patrimoniaux, zones d'activité...). Le RLP tiendra compte des spécificités et typologies urbaines pour veiller à une intégration harmonieuse des enseignes.



# 4

## EXPLICATION DES CHOIX

La réglementation des publicités, des enseignes et des préenseignes est fixée par le code de l'environnement. Le règlement local adapte les dispositions nationales. Ses propres règles ne peuvent être que plus restrictives que le code de l'environnement. Ceci à l'exception des espaces dans lesquels le code de l'environnement édicte des interdictions « relatives » de la publicité. Dans ces cas précis, le RLP peut déroger au code de l'environnement et ainsi être moins contraignant que la loi. Lorsqu'il ne fixe pas de règles, le code de l'environnement s'applique. Dès lors, afin d'assurer la lisibilité du règlement, le RLP ne reprend pas textuellement les dispositions existantes dans le code de l'environnement, excepté lorsqu'elles sont nécessaires à la compréhension du règlement local.

Ce chapitre a pour objet de présenter et d'expliquer uniquement les règles adoptées dans le RLP en complément du code de l'environnement. Les règles du code de l'environnement non renforcées ne sont pas détaillées, celle-ci étant considérée par principe comme étant suffisantes au regard des orientations générales de la collectivité en matière d'affichage extérieur.

Au regard de la formulation des objectifs et des orientations, le RLP s'articule en deux parties :

- une première partie consacrée à la publicité et aux préenseignes, étant précisé que les préenseignes ne font pas l'objet d'un traitement particulier puisque, et conformément au code de l'environnement, elles sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité ;
- une seconde partie consacrée aux enseignes.

# Dispositions applicables en matière de publicité et de préenseigne

Le règlement local de publicité définit huit zones en agglomération, dont les limites sont précisées sur un document graphique :

- zone 1 : les espaces de nature, emblématiques et hors agglomération ;
- zone 2 : les espaces de centralité ;
- zone 3 : les secteurs d'intérêt patrimonial ;
- zone 4 : les espaces urbains mixtes ;
- zone 5 : les zones d'activités ;
- zone 6 : les abords du tramway ;
- zone 7 : les axes structurants ;
- zone 8 : l'aéroport.

Un certain nombre de règles sont communes sur l'ensemble de ces zones.

A noter que la commune de Bohars a souhaité adopter les dispositions applicables aux communes de moins de 10 000 habitants et situées hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants, alignant ses règles en matière d'affichage sur celles établies sur Guilers. Ce choix est motivé par la physionomie de Bohars dont les caractéristiques paysagères se rapprochent de celles d'une commune rurale. De plus, le nombre d'habitants de la commune (3 600) est le plus faible au niveau de la métropole.

## Surface

En termes de surface, le règlement fixe les superficies maximales qui correspondent à la taille de l'affiche. Les dimensions liées à l'encadrement, au système déroulant, au pied du dispositif... ne sont pas réglementées par le RLP. Leur dimensionnement est néanmoins contrainte par l'interdiction d'ajout d'élément agrandissant de manière non structurelle le dispositif (exemple : Marie-Louise). Par ailleurs, en aucune circonstance la surface hors tout ne pourra excéder les dimensions maximales fixées par le code de l'environnement.

## Densité

Le RLP vise à dédensifier les secteurs à forte pression marqués par les phénomènes de concentration (intersections routières, zones d'activités commerciales, grands axes...) et les dispositifs implantés sur une même unité foncière. Introduire une notion d'inter-distance minimale entre les dispositifs dans le règlement est inapplicable du fait de l'inégalité de traitement qu'elle engendre : le premier dispositif implanté régule tous les autres.

En outre le code de l'environnement intègre une règle de densité sur les unités foncières. Cette dernière prévoit que deux dispositifs muraux peuvent être installés dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m est autorisé. Néanmoins cette mesure est apparue insuffisante au regard des orientations générales du RLP.

Le règlement entend préciser qu'une longueur de façade minimale doit être atteinte avant de pouvoir installer un dispositif au sol, les dispositifs sur bâtiment, clôture ou mur étant plus facilement intégrables dans un paysage. De plus, les dispositifs juxtaposés seront interdits car un seul panneau peut être installé sur l'unité foncière. Ainsi :

- un seul dispositif est admis par unité foncière ;
- lorsque le dispositif est scellé au sol, le côté de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique doit être au moins égal à 20 m linéaire pour pouvoir accueillir un dispositif de publicité.

Ces dispositions sont destinées à maîtriser la densité et empêcher la démultiplication des dispositifs sur une même unité foncière.

### **Eclairage**

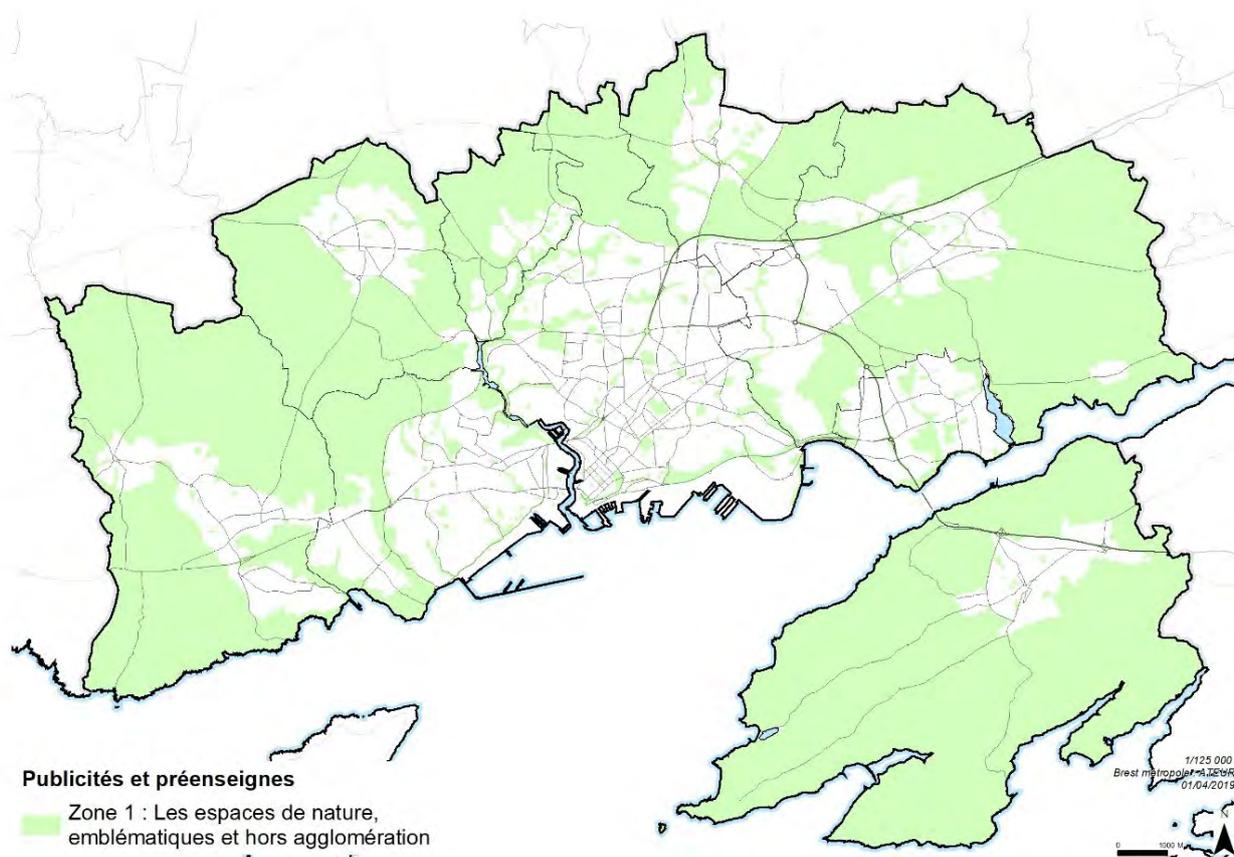
Dans toutes les zones les règles relatives à l'éclairage des dispositifs sont identiques. Afin de répondre à l'orientation générale visant à maîtriser la consommation énergétique des dispositifs, le règlement étend l'obligation d'extinction entre 23 heures et 7 heures du matin à l'ensemble des dispositifs supportant de la publicité, y compris le mobilier urbain.

Par ailleurs, lorsqu'ils sont autorisés, les dispositifs numériques sont limités à 2 m<sup>2</sup> de surface.

### **Toiture**

Tout dispositif publicitaire installé sur un toit ou terrasse en tenant lieu est interdit. En effet, ce type de dispositif est particulièrement impactant sur les paysages.

## Zone 1 : les espaces de nature, emblématiques et hors agglomération



### LE ZONAGE

Dans le prolongement du code l'environnement qui interdit la publicité et les préenseignes dans les parcs nationaux, les réserves naturelles et sur les arbres, il est défini des espaces de nature couvrant les cimetières, parcs, jardins, boisements, zones humides, et espaces verts. Les plages sont également classées dans cette catégorie et pour la majorité d'entre-elles, représentent aussi des espaces emblématiques.

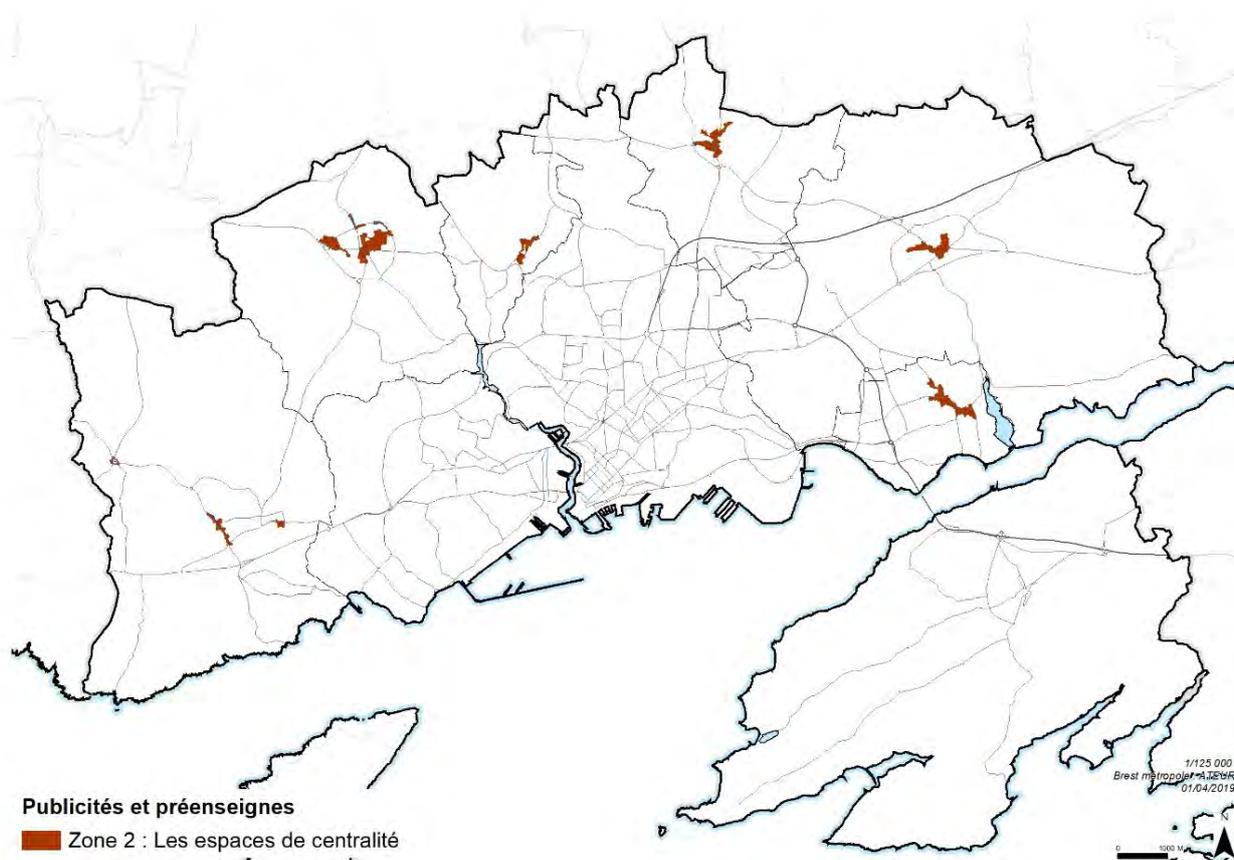
Les espaces emblématiques sont porteurs de l'identité du territoire et d'intérêt général paysager. Ils peuvent être des espaces d'entrée de ville végétalisés, les abords de monuments singuliers et marqueurs dans le paysage (des églises par exemple).

Hors agglomération, la publicité et les préenseignes (à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires) sont dans tous les cas interdites par le code de l'environnement. Le RLP ne comprend pas de dispositions spécifiques sur ces espaces.

### LES RÈGLES

Espaces sensibles en raison de leur qualité paysagère et/ou naturelle, dans lesquels l'affichage publicitaire serait trop impactant et n'a donc pas sa place. Le règlement interdit strictement l'installation de tout dispositif publicitaire. Seuls sont autorisés les dispositifs dérogatoires ou temporaires prévus par le code de l'environnement.

## Zone 2 : les espaces de centralité



### LE ZONAGE

Ces zones sont composées des espaces centraux des communes (centre-bourg, centre-ville...) possédant une forte valeur ajoutée en termes de patrimoine et qualité de vie. Les espaces de centralités comprennent également des lieux détachés des centralités mais s'inscrivant dans le même caractère patrimonial (bâti ou naturel).

A noter que ces espaces ne correspondent pas aux périmètres dans lesquels l'architecte des bâtiments de France donne son avis. Bien que ces derniers intersectent parfois les espaces de centralité, il s'agit de zones avec leur propre délimitation.

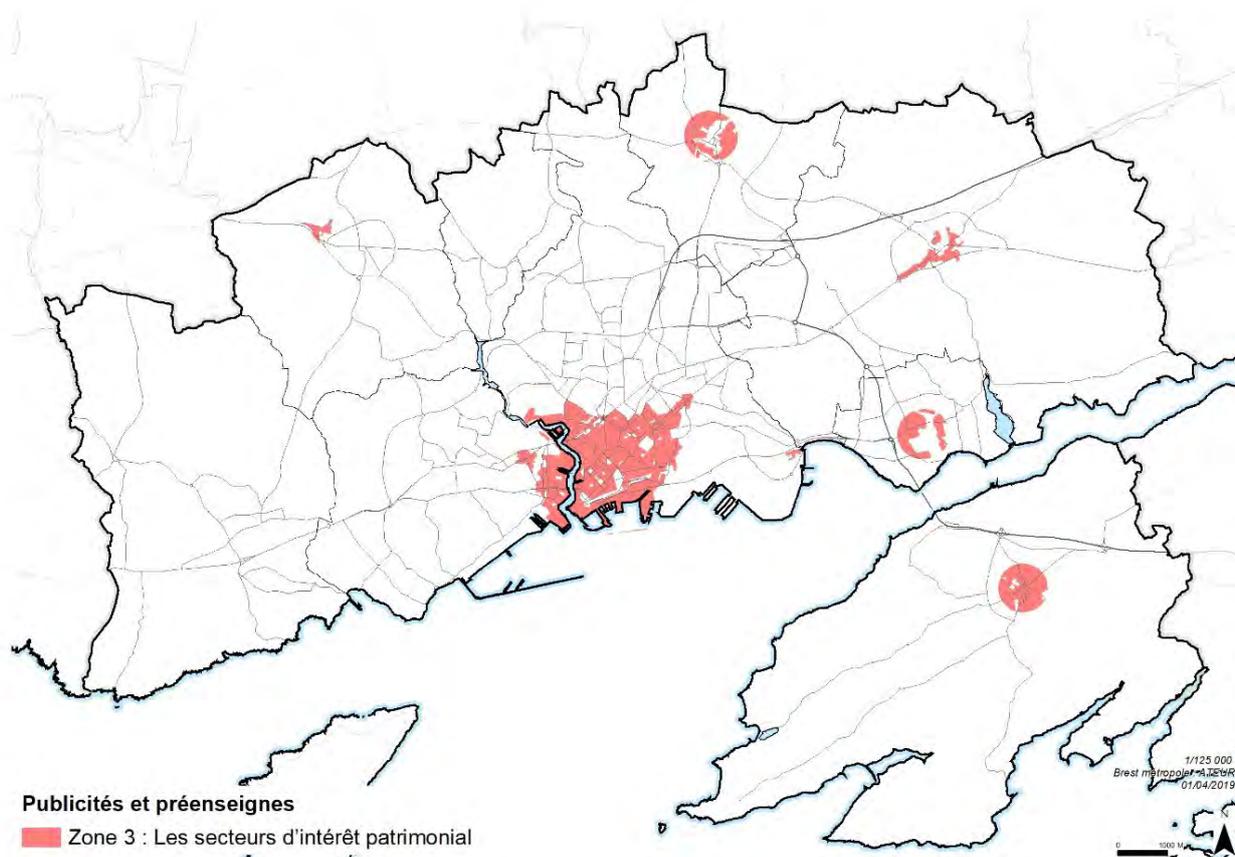
Enfin, respectant l'orientation générale de continuité entre les RLP et soulignant le fait que les paysages ont peu évolué entre la mise en application des RLP en vigueur et le prochain, cette zone découle de la zone de publicité restreinte 0 (ZPR 0) actuelle et des principes d'interdiction qui lui sont propres.

### LES RÈGLES

Les futures règles assurent la continuité avec les dispositions de la zone de publicité restreinte 0 (ZPR 0) des RLP en vigueur. Dans ces espaces, la publicité est autorisée, y compris en périmètres des abords des monuments historiques. Toutefois, les conditions d'implantation sont strictement encadrées afin de maîtriser la présence de la publicité dans les espaces sensibles et en particulier la protection du patrimoine bâti ou naturel. Elle vise à protéger tout monument, église, calvaire, centre-ville, jardin, ainsi que front de mer, perspective paysagère et trame verte, particulièrement appréciée de la population. Elle inclut les voies et sites qui constituent ou comportent un environnement de qualité.

Tous les dispositifs de publicité sont interdits quels que soient les supports, à l'exception du mobilier urbain et des dispositifs posés directement au sol (type chevalet).

## Zone 3 : les secteurs d'intérêt patrimonial



### LE ZONAGE

Comme précisé dans les orientations générales, par principe l'affichage publicitaire est interdit dans les sites patrimoniaux remarquables et les périmètres des abords des monuments historiques. Les secteurs d'intérêt patrimonial entrent dans ces catégories puisqu'ils sont composés :

- du site patrimonial remarquable de Brest ;
- des périmètres de protection des abords de monuments historiques en agglomération pour les communes de Brest, Gouesnou, Guilers, Guipavas, Le Relecq-Kerhuon, Plougastel-Daoulas.

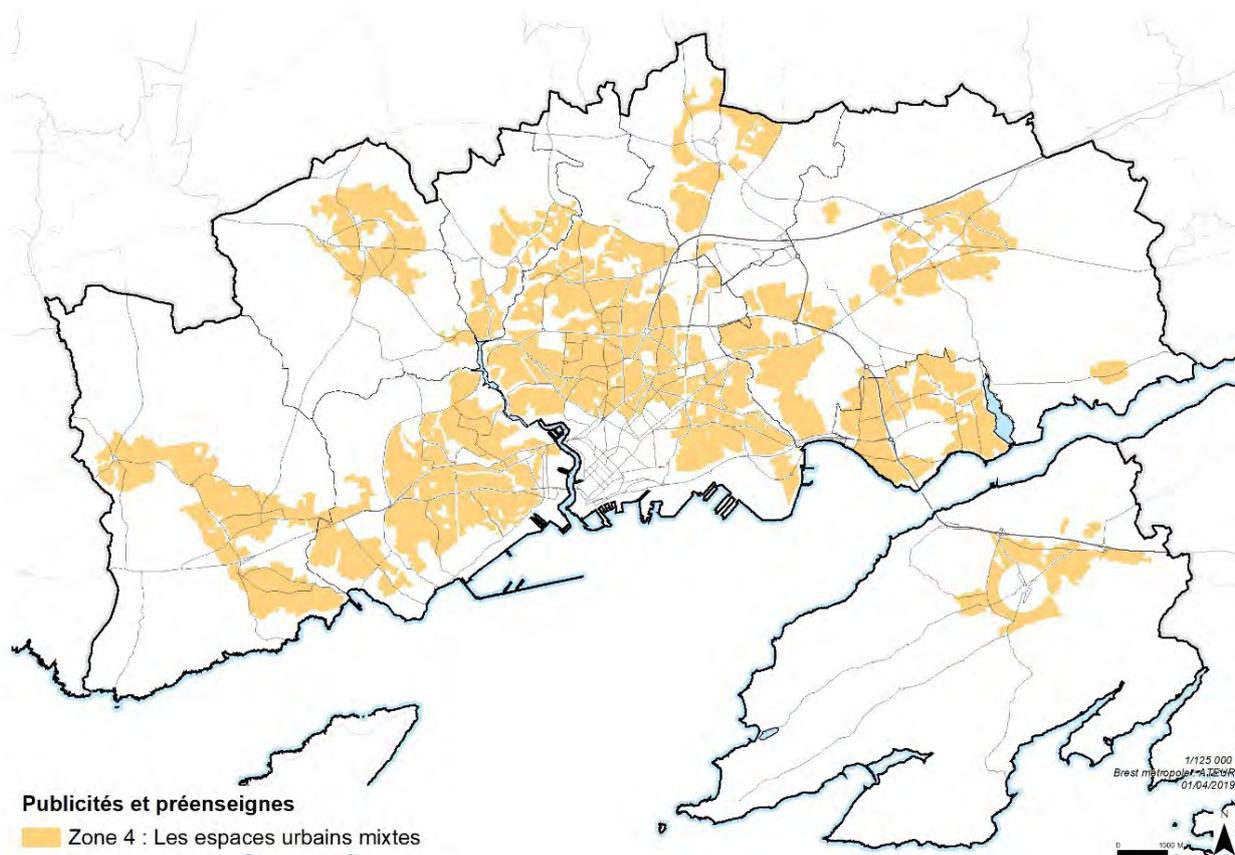
Bien que représentant des espaces d'intérêt paysager par leurs caractéristiques, les secteurs d'intérêt patrimonial correspondent également aux centralités des communes. C'est pourquoi le RLP y autorise la publicité.

### LES RÈGLES

Le RLP s'inscrit dans la poursuite de la ZPR 3 correspondant à la ZPPAUP de Brest qui a permis de maîtriser de manière satisfaisante l'affichage publicitaire. Pour davantage de cohésion, ces règles sont étendues à l'ensemble des périmètres des abords des monuments historiques. Afin de limiter la présence publicitaire dans ces paysages marqués par un tissu urbain dense, seuls les dispositifs muraux sur domaine privé sont autorisés. Sur domaine public, sont autorisés, dans les mêmes conditions les dispositifs scellés au sol ou sur mobilier urbain. Dans tous les cas, les dispositifs ne devront pas avoir d'incidence paysagère sur la perception des monuments historiques.

Enfin, en ce qui concerne les dispositifs posés directement au sol de type chevalet, le règlement prévoit des dispositions pour limiter l'effet de masse générée dans le paysage par leur accumulation en certain point de l'espace public : limitation à un seul dispositif par activité signalée et celui-ci doit être au droit de l'unité foncière sur laquelle se situe l'activité.

## Zone 4 : les espaces urbains mixtes



### LE ZONAGE

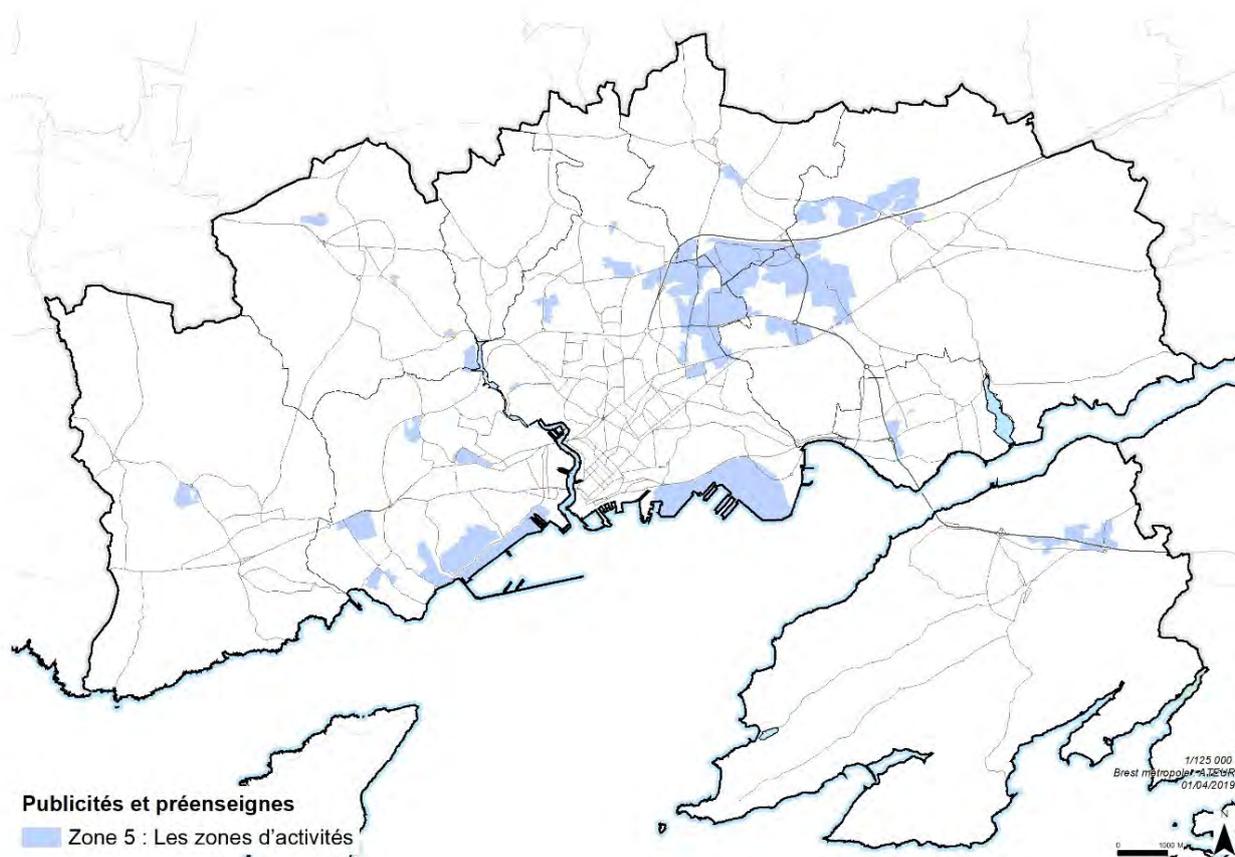
Les espaces urbains mixtes constituent des zones à dominante urbaine dans lesquels se côtoient de l'habitat, des commerces, des équipements, axes de communication... cette diversité typologique et de formes urbaines induit un paysage très varié. Ces paysages « du quotidien » côtoyés par la majorité de la population méritent, de fait, une attention particulière même si la pression publicitaire y est souvent moindre car les « occasions de voir » (ODV) sont plus faibles qu'ailleurs (à l'exception des flux des grands axes).

### LES RÈGLES

Dans leur majorité, ces espaces présentent des paysages et donc des fonctions où la publicité ne fait pas nécessairement sens. Le choix porte donc sur une réglementation visant à autoriser la publicité mais sur des formats réduits, dès lors que le dispositif est scellé ou posé sur le sol : le règlement autorise une surface de 2 m<sup>2</sup>.

Lorsque la publicité est installée sur bâtiment, clôture ou mur son intégration dans le paysage est davantage tolérable car il épouse les formes bâties. Le règlement autorise des dispositifs allant jusqu'à 8 m<sup>2</sup> sauf sur les communes de Bohars et Guilers où les surfaces sont limitées à 4 m<sup>2</sup>.

## Zone 5 : les zones d'activités



### LE ZONAGE

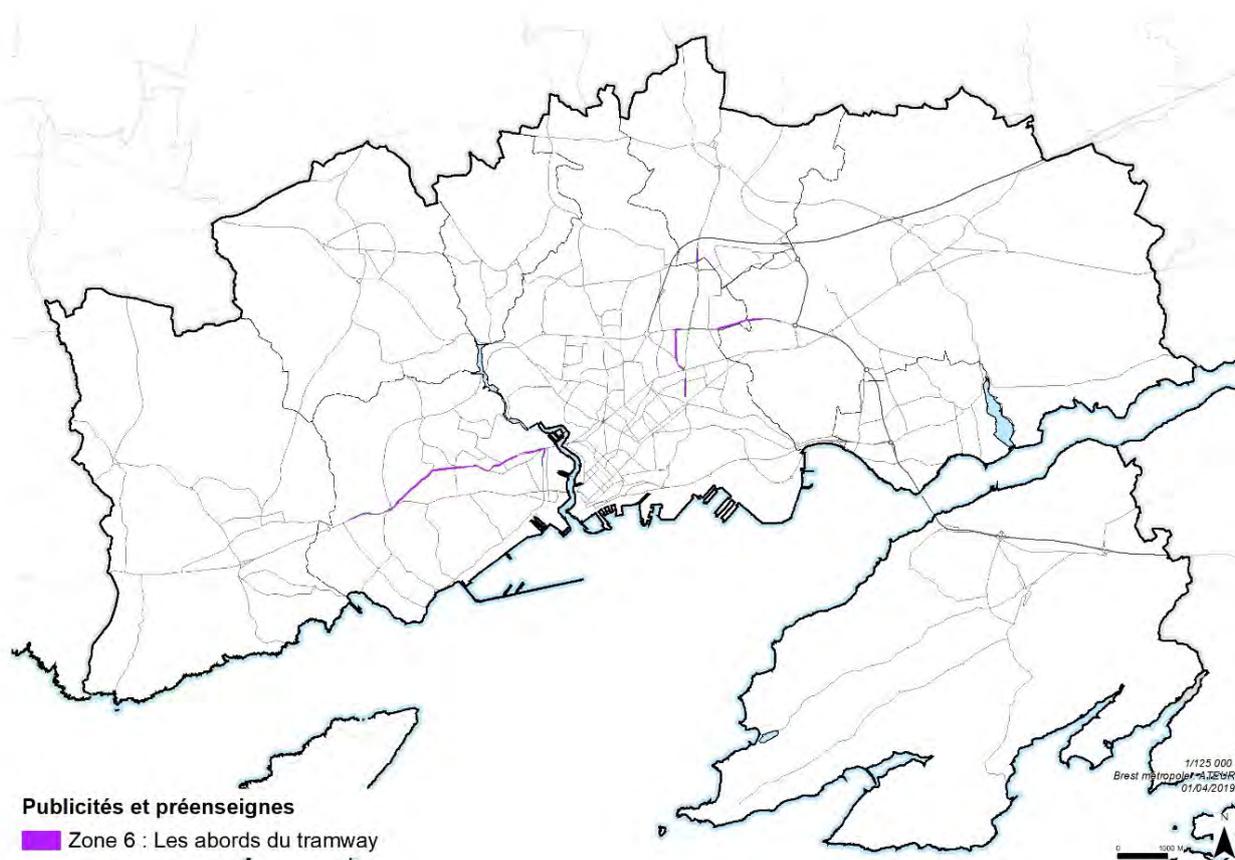
Les zones d'activités concernent des espaces à dominante économique. Elles accueillent aussi bien des activités productives, logistiques, artisanales, commerciales etc. Aucune distinction n'est faite sur les activités présentes ou sur la hiérarchie des zones (pôle de semi-proximité, pôle métropolitain...) car le paysage qu'elles renvoient est globalement identique : de grands volumes aux formes architecturales simples. L'implantation de la publicité dans ces espaces à vocation économique fait sens.

A noter que certaines zones d'activités du territoire bénéficient d'un règlement dédié sur la publicité, les préenseignes et les enseignes (cahier des charges de la ZAC, règlement de lotissement...). Ces règles sont applicables dès lors qu'elles sont plus restrictives que le RLP.

### LES RÈGLES

Le règlement tient compte de la nature particulière des espaces urbains hétéroclites que constituent les zones d'activités. Les dispositions particulières fixées pour ces zones s'appuient essentiellement sur le code de l'environnement, et outre les règles de densité décrites précédemment, le règlement s'en tient principalement à limiter la taille des dispositifs à 8 m<sup>2</sup> au lieu de 12 m<sup>2</sup>.

## Zone 6 : les abords du tramway



### LE ZONAGE

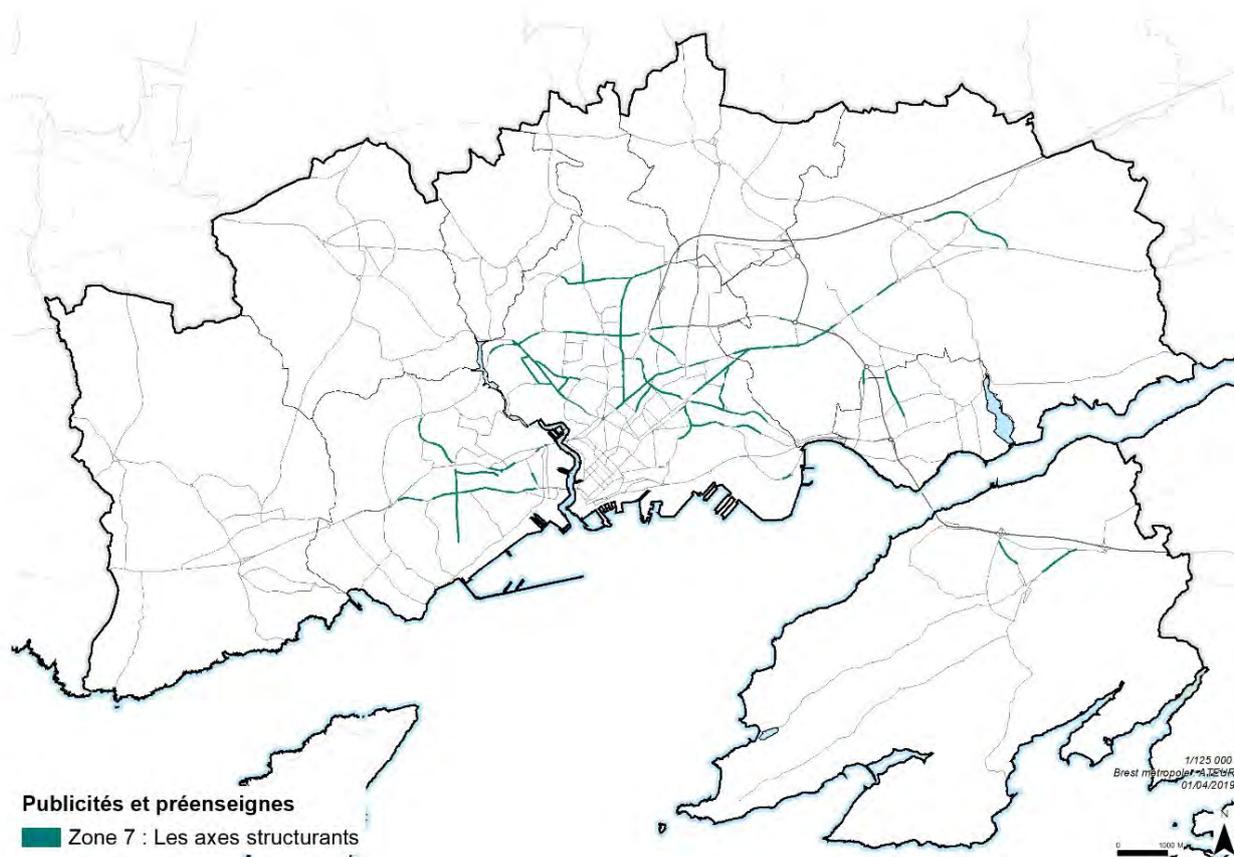
Les abords du tramway représentent le corridor tram actuel élargi à une zone tampon de 20 m de part et d'autre de l'axe de manière à limiter la propension des dispositifs à venir s'implanter sur le domaine privé qui est en contact dans les espaces urbains mixtes. Néanmoins, dès que le tramway intersecte des zones d'activités, des dispositifs de grandes tailles peuvent être installés sur domaine privé car leur implantation est déjà possible sur le reste de ladite zone.

### LES RÈGLES

Le tramway parcourt majoritairement les zones urbaines mixtes où la publicité est limitée en superficie. De par les flux qu'ils supportent, et par leur caractère ouvert, ces axes permettent l'implantation de dispositifs de grande taille, avec un impact modéré sur les paysages.

Toutefois, compte tenu des aménagements des espaces publics réalisés sur ces espaces et afin de limiter l'installation de dispositifs scellés ou posés directement sur le sol sur parcelles privées, qui engendre rapidement des effets couloir dus à leur démultiplication, le règlement interdit leur implantation sur domaine privé.

## Zone 7 : les axes structurants



### LE ZONAGE

Les axes structurants sont établis en croisant les routes principales de la métropole et les flux de véhicules. Initialement, la sélection prenait en compte les axes à plus de 10 000 véhicules/jour, mais après un toilettage (suppression des portions hors agglomération, suppression des axes passant sur les ZPRO...) cet échantillonnage s'est révélé trop faible au regard des besoins de communication des opérateurs économiques et institutionnels. Au-delà de 5 000 véhicules jours, de nouveaux tronçons apparaissent et viennent enrichir ce zonage. Une zone tampon de 20 m est également appliquée, pour autoriser des dispositifs de grande taille tant en domaine public que privé.

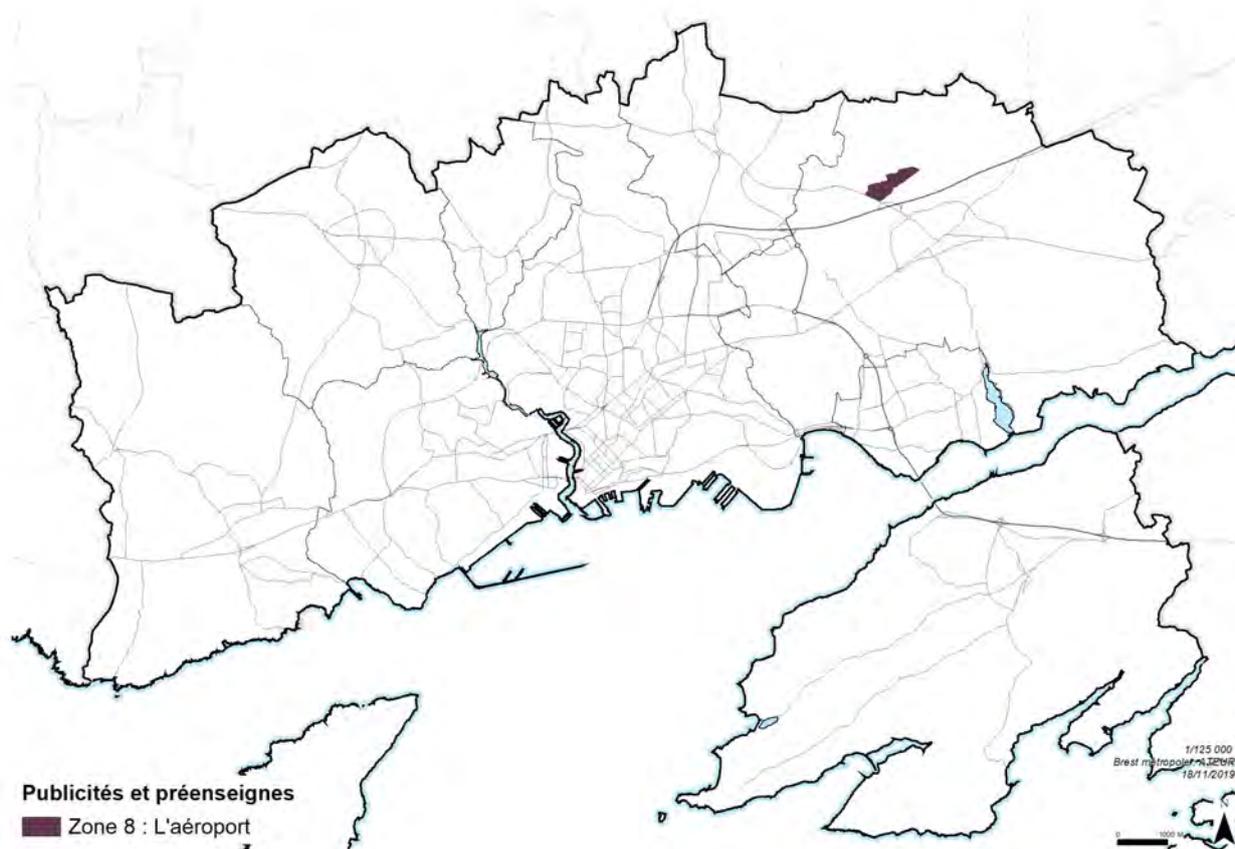
### LES RÈGLES

Les axes structurants parcourent majoritairement les zones urbaines mixtes où la publicité est limitée en superficie. Par les flux qu'ils supportent, et par leur caractère ouvert, ces axes permettent l'implantation de dispositifs de grande taille, avec un impact limité sur les paysages.

Les dispositifs de grande taille (jusqu'à 8 m<sup>2</sup>) sur bâtiment, clôture ou mur ou scellés au sol sont autorisés.

Cette mesure permet d'admettre dans le tissu urbain l'installation de dispositifs de grandes tailles dans un esprit d'équilibre entre paysage et besoin de communication.

## Zone 8 : l'aéroport



### LE ZONAGE

Cette zone correspond à l'emprise de l'aéroport comprenant les espaces libres et paysagers, les aires de stationnement et les voies de desserte, les aérogares et les bâtiments techniques. Elle exclue le tarmac et la piste où la publicité ne fait pas sens. L'aéroport est situé en agglomération et à ce titre il peut recevoir de la publicité.

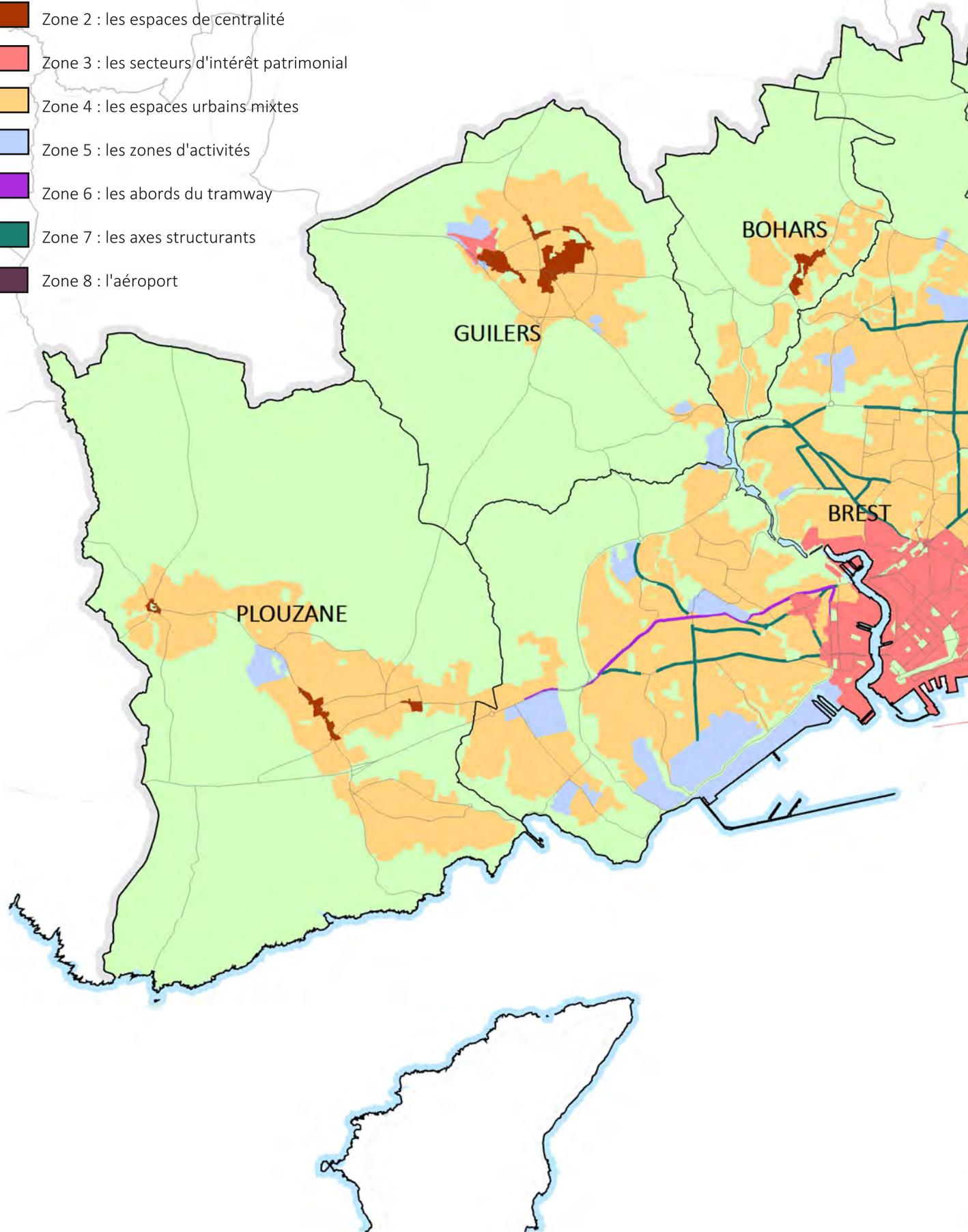
### LES RÈGLES

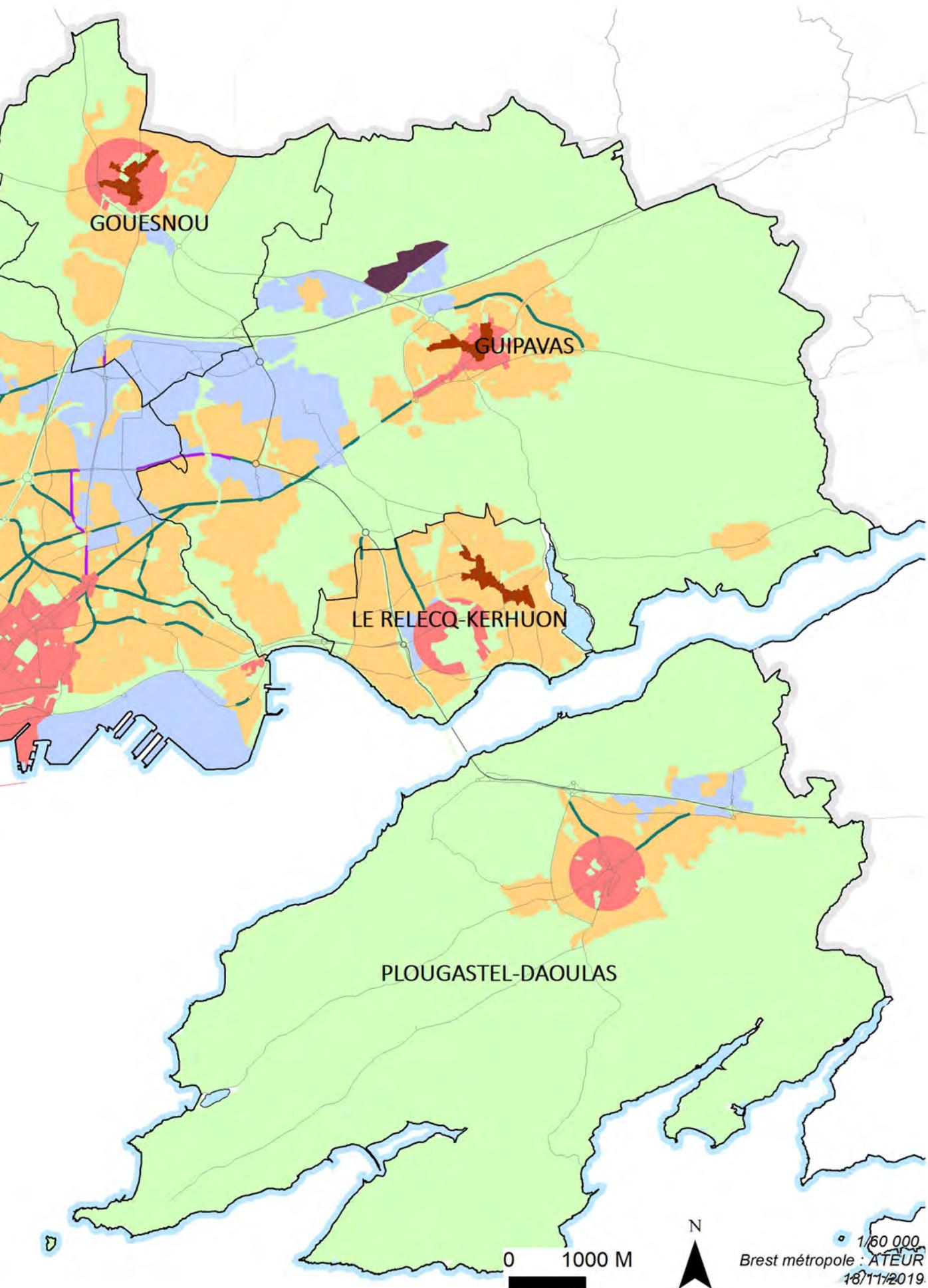
L'aéroport constitue une pièce unique qui se compose d'espaces verdoyants, de bâtiment à l'architecture soignée et singulière (aérogare principal, tour de contrôle) et des composants fonctionnels (aire de stationnement). Ce paysage résume la particularité de l'aéroport : la fois porte d'entrée de la métropole mais également un équipement générateur de flux (plus d'un million de passagers) située dans une emprise très vaste.

Cette configuration permet l'installation de dispositifs de grande dimension (jusqu'à 8 m<sup>2</sup>). Concernant leur densité, le code de l'environnement s'applique mais une distance minimale entre deux dispositifs (70 m) doit être respectée pour assurer au paysage ce statut d'entrée de ville qualitative.

## Dispositions en matière de publicité et de préenseigne : zonage

-  Zone 1 : les espaces de nature, emblématiques et hors agglomération
-  Zone 2 : les espaces de centralité
-  Zone 3 : les secteurs d'intérêt patrimonial
-  Zone 4 : les espaces urbains mixtes
-  Zone 5 : les zones d'activités
-  Zone 6 : les abords du tramway
-  Zone 7 : les axes structurants
-  Zone 8 : l'aéroport



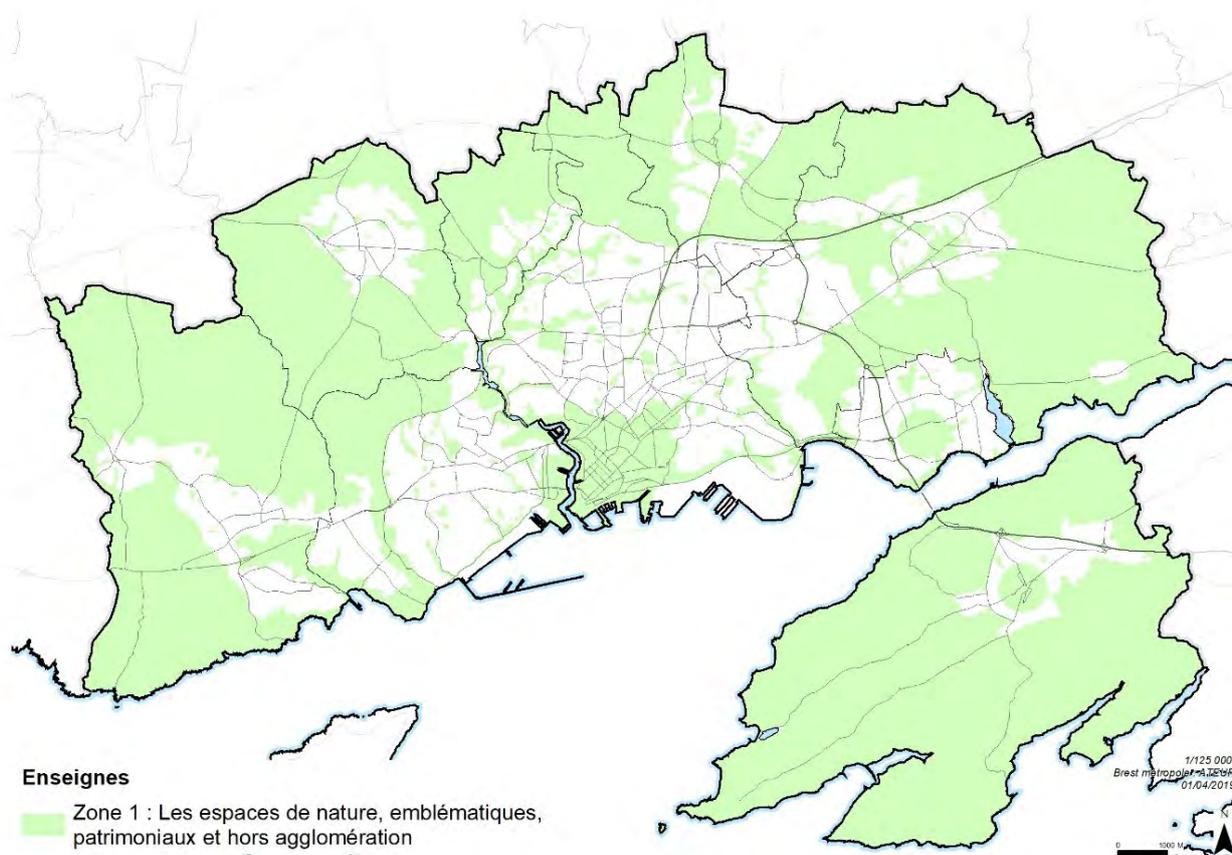


# Dispositions applicables en matière d'enseigne

Le règlement local de publicité définit trois zones dont les limites sont précisées sur un document graphique. Elles couvrent l'intégralité du territoire de Brest métropole :

- les espaces de nature, emblématiques, patrimoniaux et hors agglomération ;
- les espaces urbains mixtes ;
- les zones d'activités.

## Zone 1 : les espaces de nature, emblématiques, patrimoniaux et hors agglomération



### LE ZONAGE

Cette zone regroupe les espaces les plus sensibles et/ou dans lesquels des actions de valorisation des paysages sont à l'œuvre (AVAP de Brest). Bien que leur nature soit diverse (cimetières, parcs, jardins, boisements, zones humides, espaces verts, espaces urbains remarquables...), ces espaces ont pour dénominateur commun de constituer des paysages dans lesquels les enseignes doivent être à la fois le moins impactantes possible et tendre vers une installation qualitative.

### LES RÈGLES

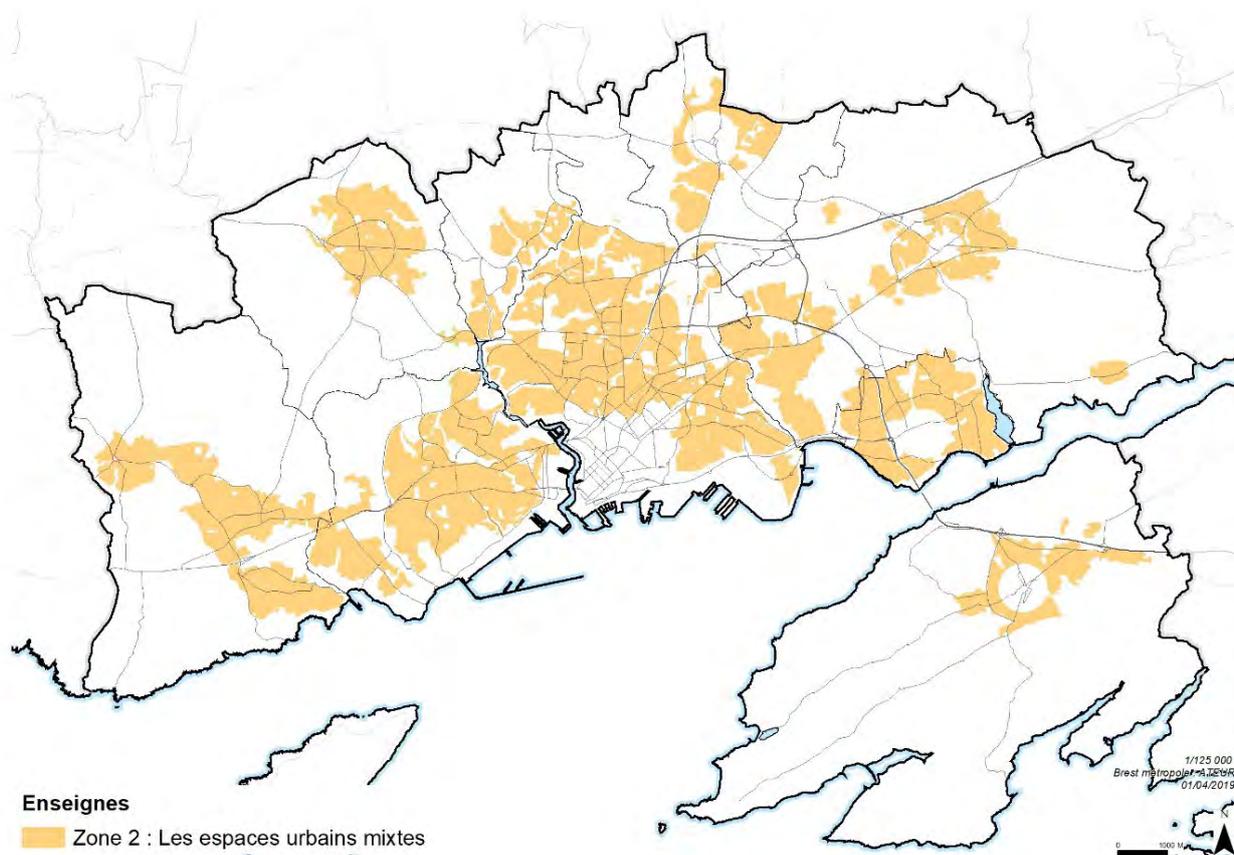
Afin de tendre vers des implantations qualitatives d'enseignes, le règlement s'appuie sur le guide des devantures commerciales. Ce document est déjà utilisé par Brest métropole et les communes pour aiguiller les porteurs de projets dans la pose d'une enseigne qualitative. Les indications présentes dans ce guide sont appliquées de manière courante à l'échelle nationale et ne constituent aucun régionalisme particulier.

Le règlement du RLP s'appuie sur une partie du guide notamment dans le dimensionnement des enseignes et leur placement sur une devanture commerciale standard en milieu urbain. Des règles sont édictées pour les activités au profil spécifique comme les hôtels dont le

signalement se fait traditionnellement avec des enseignes drapeaux aux formats particuliers afin de s'adresser aux personnes non résidentes au territoire. En outre, les hôtels occupent généralement tous les étages de l'immeuble dans lequel ils se situent. Ces notions participent à leur différenciation vis-à-vis des autres types de commerces présents dans ces zones. A l'instar des hôtels, les galeries commerciales se distinguent des autres typologies par de multiples manières : elles présentent des volumes, des gabarits et un linéaire qui tranchent avec les séquences urbaines standards. Elles offrent également un traitement architectural (façade etc.) singulier, qui souvent, rompt avec le contexte bâti immédiat afin de marquer leur présence dans l'espace. De plus, à la différence de locaux d'activités « traditionnels », les galeries commerciales intègrent plusieurs activités dont les enseignes doivent être visibles depuis l'espace public. Afin de favoriser les regroupements sur un même dispositif et d'éviter la multiplication des enseignes, la surface maximale des dispositifs perpendiculaires au mur est augmentée.

Le RLP sera le plus strict dans cette zone afin de tendre vers un objectif qualitatif dans les espaces les plus sensibles, qu'ils soient urbains ou naturels.

## Zone 2 : les espaces urbains mixtes



### LE ZONAGE

Les espaces urbains mixtes constituent des zones à dominante urbaine dans lesquels se côtoient de l’habitat, des commerces, des équipements, axes de communication... cette diversité typologique et de formes urbaines induit un paysage très varié.

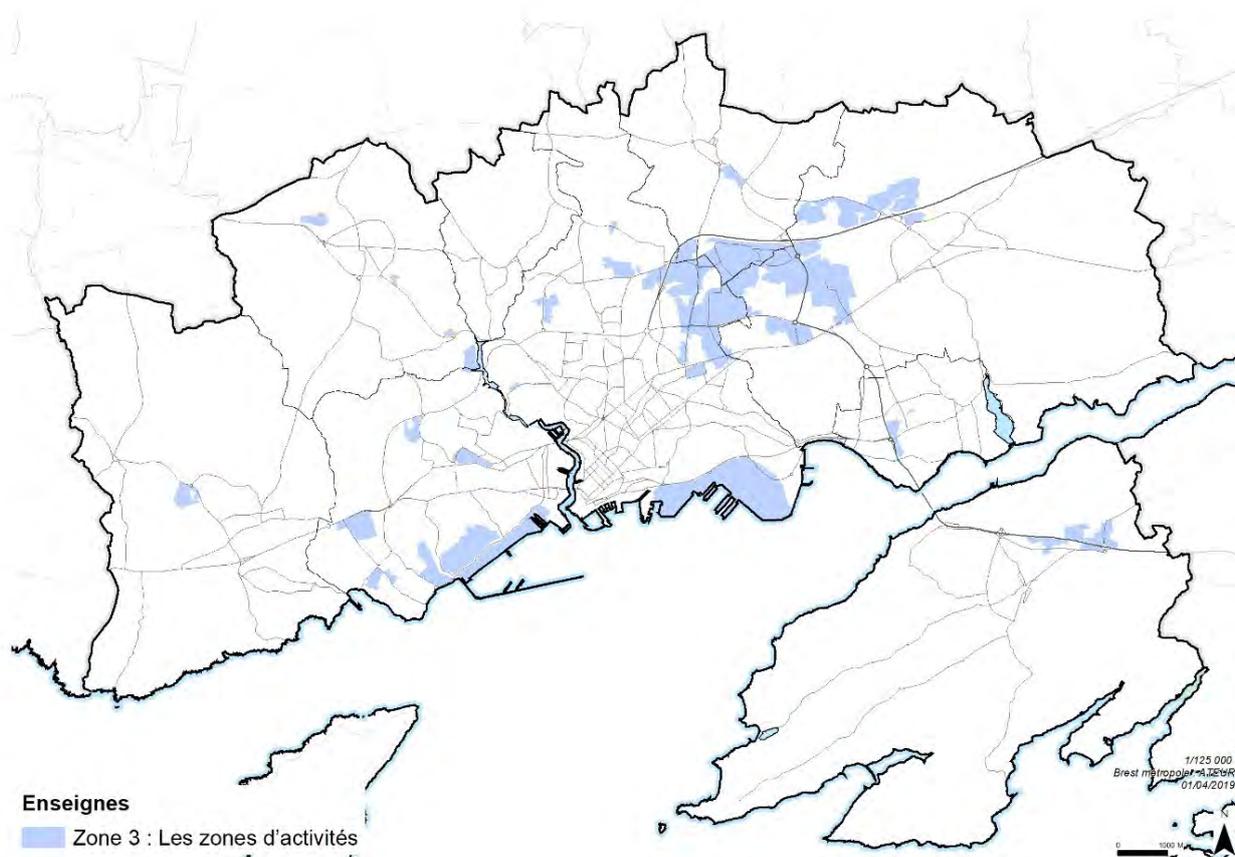
### LES RÈGLES

Ces paysages « du quotidien » côtoyés par la majorité de la population méritent, de fait, une attention particulière même s’ils ne font pas l’objet d’une action de valorisation et de protection à l’instar de la zone 1.

De ce fait, le règlement entend reprendre les règles de la zone 1 afin de donner une cohérence d’ensemble au tissu urbain, mais il sera assoupli en termes de possibilités d’enseigne installées parallèlement à la façade.

Comme en zone 1, le règlement comprend des dispositions spécifiques pour les enseignes des hôtels, galeries commerciales et les équipements publics ou d’intérêt collectif.

## Zone 3 : les zones d'activités



### LE ZONAGE

Les zones d'activités constituent des espaces à dominante économique. Elles accueillent aussi bien des activités productives, logistiques, artisanales, commerciales etc. Aucune distinction n'est faite sur les activités présentes ou sur la hiérarchie des zones (pôle de semi-proximité, pôle métropolitain...) car le paysage qu'elles renvoient est globalement identique : de grands volumes aux formes architecturales simples. Les zones d'activités de première génération sont celles dans lesquelles le saut qualitatif à faire est le plus important. Les nouvelles zones inaugurées ont adopté des chartes d'intégration et d'homogénéisation des enseignes afin de dessiner un paysage plus qualitatif.

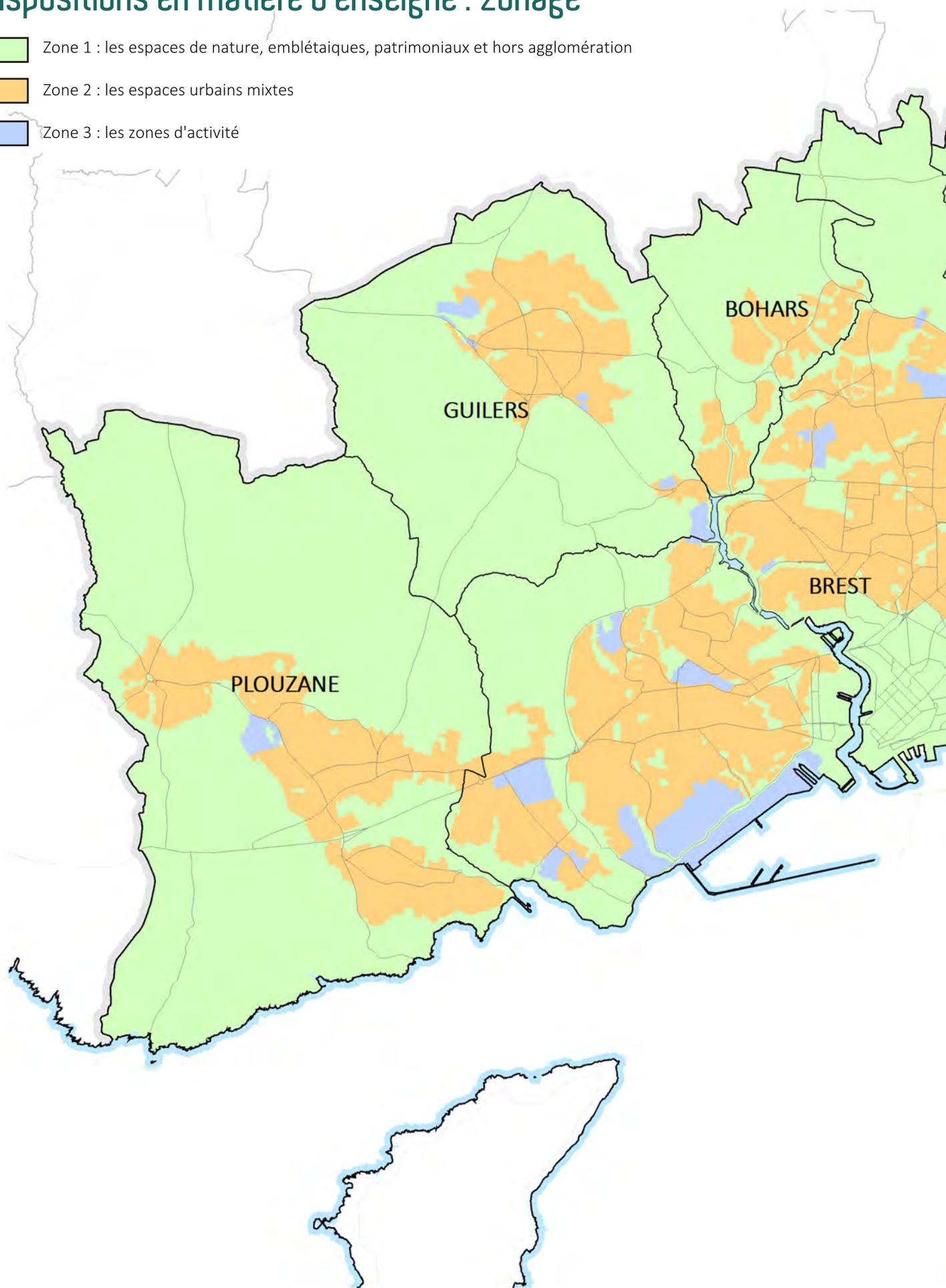
### LES RÈGLES

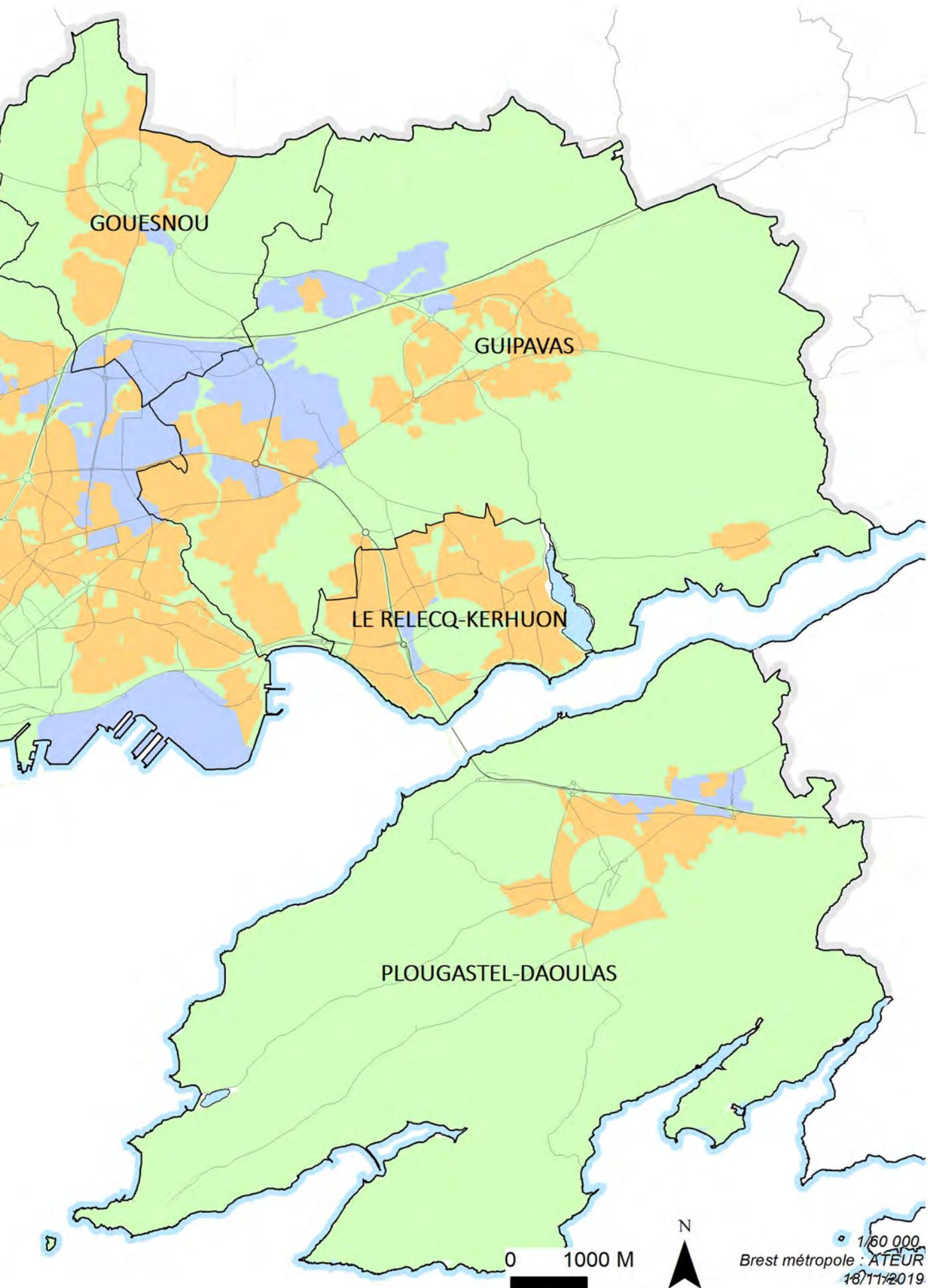
Afin d'améliorer le paysage des zones d'activités, et notamment les plus anciennes d'entre elles, l'application du code de l'environnement sera vecteur de qualité, notamment en ce qui concerne les enseignes sur toitures et la hauteur des enseignes au sol.

Cette règle est à mettre en perspective avec les règles envisagées pour la publicité et l'application de la taxe sur la publicité extérieure (TLPE). La conjugaison de ces facteurs améliorera la qualité des paysages des zones d'activités.

## Dispositions en matière d'enseigne : zonage

-  Zone 1 : les espaces de nature, emblématiques, patrimoniaux et hors agglomération
-  Zone 2 : les espaces urbains mixtes
-  Zone 3 : les zones d'activité







# 5

## BIBLIOGRAPHIE ET LEXIQUE

# Bibliographie

- Aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine de Brest - valant site patrimonial remarquable, synthèse du dossier, 2018
- Brest Port 2040, Diagnostic provisoire dans le cadre du schéma de référence de développement portuaire de Brest, 2018
- Cœur de métropole, Portrait composite, Brest métropole - ADEUPa, 2018
- Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure, Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie, avril 2014
- Observatoire de l'immobilier d'entreprise du pays de Brest, Note de conjoncture # 20 : « le marché immobilier en 2017 : ralentissement de la production »
- Observatoire de l'immobilier d'entreprise du pays de Brest, Note de conjoncture # 21 : « l'offre disponible début 2018 »
- Plan local d'urbanisme (PLU) Facteur 4, Brest métropole, janvier 2014
- Stratégie métropolitaine de développement économique (SMDE), Brest métropole, juin 2016

# Lexique

## Afficheur

Terme désignant une société d'affichage ou un employé qui installe les affiches sur les dispositifs.

## Alignement

Limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines.

## Annonceur

Entité en faveur de qui est réalisée la publicité (commerce, marque, entreprise, homme politique, film, etc.).

## Arcade

Élément d'architecture, répétitif, arqué dans sa partie supérieure.

## Auvent

Avancée en matériaux durs en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries.

## Bâche de chantier

Se dit d'une bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

## Bâche publicitaire

Se dit d'une bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.

## Baie

Toute ouverture pratiquée dans un mur, servant au passage ou à l'éclairage des locaux et par laquelle une personne peut voir à l'extérieur à partir de la position debout.

Ne constitue pas une baie :

- une ouverture située à plus de 2,60 m au-dessus du plancher en rez-de-chaussée ou à plus de 1,90 m au-dessus du plancher pour les étages supérieurs ;
- une ouverture dans une toiture en pente n'offrant pas de vue directe ;
- une porte non vitrée ;
- un châssis fixe et à vitrage translucide.

## Balcon

Plate-forme accessible située en avancée par rapport au corps principal de la construction.

## Balconnet

Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

## Bandeau (de façade)

Se dit de la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

## Barre d'appui

Pièce horizontale en bois ou en métal placée entre les tableaux d'une fenêtre, à une hauteur d'un mètre environ par rapport au plancher, de manière à éviter les risques de chute.

## Buteau

Terme employé par les professionnels de l'affichage désignant la plaquette ou l'autocollant apposé sur un panneau d'affichage (sur la moulure ou sur le pied en général) indiquant la raison sociale ou la dénomination commerciale de la société exploitante.

## Cadre

Partie du dispositif publicitaire qui entoure l'affiche (dit également « moulure »).

## Chevalet

Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographe, etc.). Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation de d'occupation du domaine public.

## Clôture

Terme désignant toute construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

## Clôture aveugle

Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée.

## Clôture non aveugle (ou clôture ajourée)

Se dit d'une clôture constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

## Devanture

Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

## Déroulant (Panneau)

Dispositif constitué d'un caisson vitré à l'intérieur duquel tourne, sur un axe horizontal ou vertical, un train de plusieurs affiches visibles successivement et éclairées par transparence.

**Dispositif (publicitaire)**

Terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

**Eclairage par rampe**

Procédé permettant d'éclairer une affiche en projetant la lumière au moyen d'une rampe constituée de plusieurs lampes ou néons.

**Eclairage par spot**

Procédé permettant d'éclairer une affiche en projetant la lumière au moyen d'un spot ou de plusieurs spots indépendants.

**Eclairage par projection ou transparence**

Désignent les dispositifs éclairés par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons : caisson lumineux, panneaux vitrines.

**Egout du toit**

Limite ou ligne basse d'un pan de couverture, vers laquelle ruissellent les eaux de pluie. La ligne d'égout correspond, dans la plupart des cas, à la partie basse d'une gouttière ou d'un chéneau.

**Enseigne**

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

**Enseigne drapeau**

Voir enseigne apposées perpendiculairement à un mur.

**Enseignes en façade apposées à plat sur un mur, parallèlement à un mur**

Il s'agit des enseignes directement apposées sur un mur, peinte ou adhésivée sur un panneau lui-même fixé sur le mur, voire le caisson (lumineux ou non) posé à plat sur le mur, ainsi que les lettres, signes, images, formes découpés et fixés sur le mur sans support.

**Enseigne lumineuse**

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

**Enseignes apposées perpendiculairement à un mur**

Dispositif communément appelé une enseigne « drapeau » ou « en potence », il est constitué d'un élément horizontal qui soutient l'enseigne.

**Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol**

Les dispositifs « scellés au sol ou directement installés sur le sol » désignent, par opposition aux dispositifs muraux, tous les dispositifs qui ne sont pas installés sur un support préexistant. Cela concerne les dispositifs scellés au sol (coulé dans un bloc béton), ou directement posés sur le sol sans fixation (type chevalets, oriflammes,...).

**Enseigne temporaire**

Enseigne signalant :

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

**Enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu**

Sur un bâtiment où s'exerce une activité, les enseignes peuvent être installées sur les toitures ou les terrasses en tenant lieu. Le code l'environnement comporte des règles spécifiques lorsque l'activité concernée s'exerce dans plus ou alors moins de la moitié du bâtiment.

**Équipements publics ou d'intérêt collectif**

Désignent les équipements culturels, sociaux, socio-culturels, de loisirs, sportifs, les établissements d'enseignement, de santé, pénitentiaires, les locaux et installation affectés aux services publics municipaux, départementaux, régionaux, nationaux.

**Façade ou mur aveugle**

Se dit d'un mur ou d'une façade d'un bâtiment ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,5 m<sup>2</sup>.

**Façade commerciale**

Façade d'un immeuble comportant habituellement des vitrines et l'entrée principale d'un commerce. Les faces latérales d'un immeuble sont considérées comme des façades commerciales dès lors qu'elles accueillent des enseignes.

**Face**

Partie du dispositif accueillant l'affiche, le message.

**Galerie commerciale**

Terme désignant un regroupement d'activités commerciales au sein d'une même entité.

**Garde-corps**

Élément ou ensemble d'éléments formant une barrière à hauteur d'appui, formant protection devant un vide pu placée sur les côtés d'un escalier ouvert, ou pourtour d'une toiture-terrasse.

**Immeuble**

Terme désignant, au sens du code civil, le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

**JEI (Journal électronique d'information)**

Mobilier urbain mis en place par une collectivité et ne relevant pas du code de l'environnement.

**Lumineux non numériques**

Les dispositifs lumineux non numériques sont principalement constitués par les néons, souvent installés sur les toitures. Ils sont quelquefois muraux, plus rarement scellés au sol.

**Lumineux numériques**

Désignent essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo.

**Marquise**

Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

**Micro-affichage**

Publicité d'une taille inférieure à 1 m<sup>2</sup>, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.

**Modénature**

Terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décorent la façade d'un bâtiment.

**Moulure**

Encadrement d'un panneau publicitaire (synonyme de cadre ou d'encadrement).

**Mur de clôture**

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

**Mur aveugle (ou mur pignon)**

Voir façade aveugle.

**Nu (d'un mur)**

Plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

**Ouverture**

Tout percement pratiqué dans un mur.

**Palissade**

Une palissade de chantier est une clôture provisoire maquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé.

**Produits du terroir**

Expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.

**Piedroit**

Terme, synonyme de pilier, désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

**Pilier**

Voir piedroit

**Préenseigne**

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

**Préenseigne temporaire**

Voir enseigne temporaire

**Publicitaire**

Personne ou groupe de personnes exerçant son activité dans le domaine de la publicité (le terme de publiciste ne s'emploie pas).

**Publicité**

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

**Publicité de petit format**

Publicité d'une surface unitaire inférieure à 1 m<sup>2</sup>, généralement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.

**Publicité lumineuse**

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Le code de l'environnement distingue 3 grandes familles de publicité lumineuse :

- Éclairées par projection ou transparence : désignent les dispositifs éclairés par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons : caisson lumineux, panneaux vitrines ;
- Lumineux numérique : désignent essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, Leds etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo ;
- Lumineux non numérique : sont principalement constituées par les néons, souvent installées sur les toitures. Elles sont quelquefois murales, plus rarement scellées au sol.

**Rétroéclairage**

Procédé permettant d'éclairer une affiche par transparence en plaçant la source lumineuse (néons, leds) derrière elle.

**Saillie**

Terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade.

**Scellé au sol**

Les dispositifs (publicité, enseigne ou préenseigne) « scellés au sol ou directement installés sur le sol » désignent, par opposition aux dispositifs muraux, tous les dispositifs qui ne sont pas installés sur un support préexistant. Cela concerne les dispositifs scellés au sol (coulé dans un bloc béton), ou directement posés sur le sol sans fixation (type chevalets, oriflammes,...).

**Source lumineuse directe**

Ce mode d'éclairage est obtenu lorsque la source lumineuse est à nue, directement visible. Ce mode d'éclairage permet d'obtenir une lumière plus vive. Les enseignes faites de néons ou de LEDS sans habillage opacifiant, entrent dans cette catégorie.

**Source lumineuse indirecte ou éclairage indirect**

Ce mode d'éclairage est obtenu lorsque la source lumineuse est orientée vers une surface réfléchissante ou au travers d'un diffuseur de lumière, d'un matériau translucide. Les spots éclairants une enseigne font partie de cette catégorie. Ce mode d'éclairage permet d'obtenir une lumière plus douce.

**Support existant**

Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

**Surface d'un mur**

Terme désignant la face externe, apparente du mur.

**Surface hors-tout**

Se dit de la surface d'un dispositif publicitaire comprenant la surface utile et l'encadrement, hors pieds du support.

**Surface utile**

Se dit de la surface d'un dispositif publicitaire affecté à l'affiche ou à l'écran, hors encadrement.

**Toiture-terrasse**

Couverture quasiment plate ne comportant que de légères pentes qui permettent l'écoulement des eaux. Pente souvent inférieure à 15 %.

**Unité foncière**

Terme désignant un ensemble continu de parcelles cadastrales constituant une même propriété.

**Unité urbaine**

Terme statistique défini par l'INSEE désignant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

**Véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires**

Véhicules aménagés pour constituer un support de publicité ou, étant aménagés pour un autre usage, sont détournés de cet usage normal à des fins publicitaires. Les véhicules des services de transport public de voyageurs ne sont pas des véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.

**Visuel**

Terme désignant le contenu d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne.



## **Hôtel de métropole**

24, rue Coat-ar-Guéven  
CS 73826 - 29238 Brest cedex

**02 98 33 50 50**  
[rlp@brest-metropole.fr](mailto:rlp@brest-metropole.fr)