



# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

## Pièce n°1 : RAPPORT DE PRESENTATION

Diagnostic et définition des orientations en matière de réglementation des  
dispositifs publicitaires et des enseignes

Approuvé par délibération du Conseil Municipal  
n°.....du.....

## Sommaire

<b>DEMARCHE ET CONTEXTE</b> .....	<b>5</b>
<b>I. CONTEXTE</b> .....	<b>5</b>
A. La commune de Saint-Malo .....	5
1. Saint-Malo et son territoire .....	6
2. Saint-Malo, une ville entre terre et mer aux multiples visages .....	7
3. Saint-Malo, une ville verte et bleue .....	7
4. Saint-Malo, un patrimoine bâti exceptionnel .....	8
B. Le cadre législatif de la révision du RLP .....	10
<b>II. LES DISPOSITIFS VISES PAR LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT</b> .....	<b>11</b>
A. La Publicité .....	11
B. Les Enseignes .....	11
C. Les Préenseignes .....	11
<b>III. LE REGLEMENT NATIONAL DE LA PUBLICITE</b> .....	<b>12</b>
A. Principes généraux .....	12
B. La notion d'«agglomération» .....	12
C. Les dispositions spécifiques à Saint-Malo en tant qu'agglomération de plus de 10 000 habitants .....	13
<b>IV. LE RLP EN VIGUEUR JUSQU'AU 13 JANVIER 2021 POUR SAINT-MALO</b> .....	<b>15</b>
A. Les dispositions réglementaires fixées dans le RLP de 1996 .....	15
1. Le zonage du RLP de 1996 .....	15
2. Les dispositions inscrites dans le RLP de 1996 .....	17
<b>V. LA REVISION DU RLP DE SAINT-MALO</b> .....	<b>19</b>
A. Les objectifs de la révision .....	19
B. Le contenu du RLP .....	19
C. Le régime des autorisations et des déclarations .....	20
D. Les étapes de la procédure .....	21
<b>DIAGNOSTIC</b> .....	<b>22</b>
<b>I. METHODOLOGIE</b> .....	<b>22</b>
A. Fixer les limites du territoire aggloméré .....	22
B. Déterminer les axes parcourus .....	24
C. Fixer des critères qualitatifs .....	25
D. Localiser et recenser chaque dispositif .....	25
<b>II. LES TYPOLOGIES RENCONTREES D'ENSEIGNES, DE PUBLICITES ET DE PREENSEIGNES</b> .....	<b>25</b>
A. Les enseignes .....	25
1. Les différents types d'enseignes rencontrés .....	25
2. La localisation des enseignes sur façade .....	30
3. Les matériaux et couleurs observés .....	33
4. L'utilisation de l'éclairage observée .....	34
5. Les regroupements d'enseignes observés .....	35
B. La publicité et les préenseignes .....	36
1. Les préenseignes/publicités rencontrées sur le mobilier urbain .....	36
2. Les préenseignes/publicités rencontrées sur pylône ou poteau routier .....	38
3. Les préenseignes/publicité rencontrées scellées ou posées au sol .....	39
4. Les préenseignes/publicité rencontrées installées à plat .....	43

5. Les autres supports observés .....	44
<b>III. CONSTATS ISSUS DU DIAGNOSTIC .....</b>	<b>45</b>
A. Constat concernant la publicité .....	45
1. Chiffres-clés .....	45
2. Exemples de dispositifs observés .....	46
B. Constat concernant les préenseignes .....	47
1. Chiffres-clés .....	47
2. Exemples de dispositifs observés .....	47
C. Constat concernant les enseignes .....	48
1. Chiffres-clés .....	48
2. Exemples de dispositifs observés .....	48
D. Synthèse .....	49
<b>IV. ANALYSE DU TERRITOIRE MALOUIN .....</b>	<b>49</b>
A. Les sites patrimoniaux .....	49
B. Les monuments historiques et sites classés .....	50
C. Le Site Patrimonial Remarquable (SPR) .....	54
D. Le quartier Intra-muros .....	54
E. Les sites naturels .....	55
F. Les quartiers de vie .....	56
1. Saint-Servan .....	56
2. Paramé .....	56
3. Gare - Rocabey .....	57
G. Les secteurs économiques .....	57
1. Les entrées de ville .....	57
2. Les zones d'activités .....	59
<b>LES ENJEUX ET OBJECTIFS .....</b>	<b>60</b>
<b>I. LES ENJEUX .....</b>	<b>60</b>
<b>II. LES OBJECTIFS .....</b>	<b>61</b>
<b>LES ORIENTATIONS .....</b>	<b>62</b>
<b>I. VALORISER LES SECTEURS MARQUEURS DE L'IDENTITE MALOINE .....</b>	<b>62</b>
A. Protéger le patrimoine et l'architecture .....	62
B. Préserver les quartiers de vie .....	62
C. Conforter l'expression citoyenne et institutionnelle .....	62
D. Promouvoir l'amélioration des dispositifs .....	63
E. Limiter la publicité .....	63
<b>II. PRESERVER LA NATURE EN VILLE .....</b>	<b>63</b>
A. Protéger le patrimoine naturel et la trame verte et bleue .....	63
B. Limiter l'impact de la publicité .....	64
<b>III. SOUTENIR L'ATTRACTIVITE DES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES .....</b>	<b>64</b>
A. Apaiser les espaces et améliorer la lisibilité .....	64
B. Adapter les dispositifs au public .....	64
C. Harmoniser les enseignes .....	64
<b>IV. VALORISER LES ENTREES DE VILLE ET LES AXES DE GRANDS PASSAGES .....</b>	<b>65</b>
A. Augmenter la qualité perçue de ces axes .....	65
B. Adapter les formats au type de l'axe .....	65

<b>V. ENCADRER LE DEVELOPPEMENT ET L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES D'AFFICHAGE</b>	<b>65</b>
A. Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques	66
B. Limiter la consommation énergétique et réduire la luminance	66
C. Etendre les horaires d'extinction nocturne	66
<b>LES JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS</b>	<b>67</b>
<b>I. LE ZONAGE</b>	<b>67</b>
<b>II. LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES</b>	<b>68</b>
A. Dispositions générales applicable à l'ensemble du territoire	68
1. Le contrôle des dispositifs publicitaires	68
2. Le principe d'extinction nocturne	69
3. Des interdictions élargies	70
4. La publicité sur les mobiliers urbains	70
5. Les dispositifs temporaires	70
B. Les dispositions applicables dans les zones	71
1. En zone 1	71
2. En zone 2	71
3. En zone 3	71
4. En zone 4	71
<b>III. LES ENSEIGNES</b>	<b>72</b>
A. Dispositions générales applicables à l'ensemble du territoire	72
1. Intégration des enseignes	72
2. Les enseignes lumineuses ou numériques	72
3. Le principe d'extinction nocturne	72
4. Les enseignes interdites	73
B. Les dispositions applicables dans les zones	73
1. En zone 1, zone 2 et zone 4	73
2. En zone 3	73
<b>EN SYNTHESE</b>	<b>75</b>

# DEMARCHE ET CONTEXTE

## I. Contexte

### A. La commune de Saint-Malo

Située au Nord-Ouest du département d'Ille et Vilaine, sur le littoral de la Manche et plus précisément sur la Côte d'Emeraude, Saint-Malo est un port de grande renommée et une station balnéaire très dynamique.

Située sur la rive droite de l'estuaire de La Rance, elle est à 75 kilomètres au Nord de Rennes et environ 400 kilomètres de Paris.



La Ville de Saint-Malo, est la deuxième ville du département d'Ille-et-Vilaine (35) concernant le nombre d'habitants. Elle compte 46 995 habitants (Sources : Insee, RP2008, RP2013 et RP2019, exploitations principales, géographie au 01/01/2022), ce qui lui confère le statut de pôle urbain d'importance régionale. Saint-Malo Agglomération, communauté d'agglomération du Pays de Saint-Malo compte 85 342 habitants pour 18 communes.

D'une superficie de 3 658 hectares, le territoire de la Ville de Saint-Malo est bordé au nord par le littoral de la Manche et à l'ouest par le fleuve de la Rance. Le littoral malouin est long de 29 km, fort de ses façades maritimes donnant d'une part sur la Manche au Nord et d'autre part sur l'estuaire de la Rance à l'Ouest.

La Ville de Saint-Malo présente une physionomie particulière composée de différents quartiers fonctionnant comme de petites centralités. Ceci s'explique en partie par le regroupement historique en 1967 de 3 communes, Saint-Servan, Saint-Malo Intra-muros et Paramé, composant l'agglomération actuelle. L'histoire a également légué à Saint-Malo un vaste patrimoine architectural et environnemental de qualité que la Ville entend préserver.

Ainsi la ville de Saint-Malo a souhaité inscrire ces objectifs de protection dans son Plan Local d'Urbanisme qui est actuellement en révision. Ceci a été décliné en 5 axes dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables :

- Axe 1 : s'engager pour un développement de territoire en harmonie avec sa géographie et son socle environnemental
- Axe 2 : préserver et valoriser les patrimoines, socle de l'identité malouine
- Axe 3 : renforcer et développer l'attractivité de la ville de Saint-Malo pour les familles et les actifs
- Axe 4 : renforcer les piliers économiques malouins et le développement local
- Axe 5 : créer les conditions d'une ville accessible, mobile et connectée

## 1. Saint-Malo et son territoire

Avec son positionnement géographique et son identité historique, patrimoniale et touristique, la Ville de Saint-Malo contribue fortement au développement de l'agglomération dont elle est la « ville centre ».

Les Malouins et leurs voisins profitent en effet d'un cadre de vie unique, et les visiteurs de passage bénéficient d'un environnement propice au tourisme et à la découverte de ce territoire exemplaire.

La « cité corsaire » joue ainsi un rôle fondamental comme pôle d'équilibre du Pays de Saint-Malo et participe pleinement à la dynamique du territoire dans le domaine de l'économie et de l'emploi.

Le Pays de Saint-Malo constitue un cadre de coopération original au sein duquel les villes et les divers acteurs partagent le projet commun de soutenir la croissance de la population et de l'économie, en favorisant une organisation équilibrée entre les principaux pôles des territoires. >Récemment l'agglomération a adopté un projet de territoire visant à préserver le cadre de vie et à améliorer les services aux citoyens.



## 2. Saint-Malo, une ville entre terre et mer aux multiples visages

Poursuivre le développement urbain d'une ville dont les limites géographiques sont naturellement dessinées par l'océan, les côtes et même un estuaire ! est le défi qui doit être relevé dans le cadre de la révision du Plan Local d'Urbanisme.

Saint-Malo fait partie de ces cités atypiques qui, malgré ces contraintes physiques s'engage à le relever en jouant la carte des atouts de cette géographie, et en misant sur un renouvellement et une densification de ses quartiers plutôt qu'en étalement urbain qui se ferait alors sur des terres maraîchères d'une grande richesse.

Le PADD adopté en décembre 2022 a affirmé cette volonté de poursuivre sa dynamique et de renforcer sa capacité d'accueil de nouveaux habitants et de nouvelles activités. L'enjeu pour Saint-Malo est alors de trouver les limites urbaines et rurales qui structurent les paysages, tout en les requalifiant dans le respect des identités de chacun d'entre eux.

Le patrimoine et l'identité ne font qu'un pour la Ville de Saint-Malo, véritable empreinte de son passé.

Trois villes en une : Paramé, Saint-Servan et Saint-Malo réunies depuis 1967 apportent aujourd'hui à Saint-Malo les richesses de leur histoire et de leur géographie à la fois communes et complémentaires.

La ville s'est ainsi construite avec l'essor du commerce maritime et le développement du port, dans un environnement où bourgs et littoral se faisaient écho. Les caractéristiques de ce passé ont contribué à enrichir l'agglomération d'un triple patrimoine : paysager, culturel et architectural qui font partie intégrante de son ADN... et qui sont pris en compte au travers de la charte de construction durable mais également dans le cadre du travail sur le Plan Local D'Urbanisme.



## 3. Saint-Malo, une ville verte et bleue

La Ville a souhaité dans le cadre de la révision de son plan local d'Urbanisme et de son PADD adopté en décembre 2022, affirmé sa volonté de placer l'environnement et les paysages au cœur de son action. Cette volonté se traduit également au travers de deux plans importants : plan de végétalisation et plan biodiversité mais également au travers de la démarche Plan Climat Air Energie, ex Citergie, devant amener la Ville vers une labellisation.

Les parcs, vallons aménagés, squares et jardins, ainsi que cours d'eau et mer forment dans la ville, un ensemble d'espaces verts et naturels qu'il convient de révéler par des aménagements favorisant leurs liens : la diversité et la complémentarité de ces lieux constituent le parcours d'une biodiversité à (re)découvrir ainsi que les supports dédiés aux futures circulations douces et à la ceinture verte telle que définie dans le plan de végétalisation. Les espaces verts actuels sont fragmentés, dispersés et diffus dans la ville et dans le cadre du PLU et des démarches entreprises la ville tient à affirmer, requalifier ou encore transformer ces différents sites

En prenant ces orientations et en s'assurant de leur mise en oeuvre, la ville de Saint-Malo devrait ainsi s'engager dans la création d'une véritable harmonie entre nature et ville, et garantir ainsi une meilleure qualité de vie et de bien-être à tous.

Promouvoir et mettre en oeuvre le développement durable est un des axes majeurs de l'action municipale : les actions entreprises ou en cours s'attachent en effet, non seulement à valoriser et développer les atouts « verts et bleus » de la ville, mais son élaboration est aussi l'occasion de faire partager une nouvelle culture commune à tous.

Créer de nouveaux modèles énergétiques, engager des actions propices au développement économique et favoriser le lien social entre tous ; tel est l'objectif de la révision du plan local d'urbanisme. En décidant la mise en place de ces actions, la collectivité s'appuie sur les réalités d'aujourd'hui pour créer les conditions d'un avenir solidaire et harmonieux.

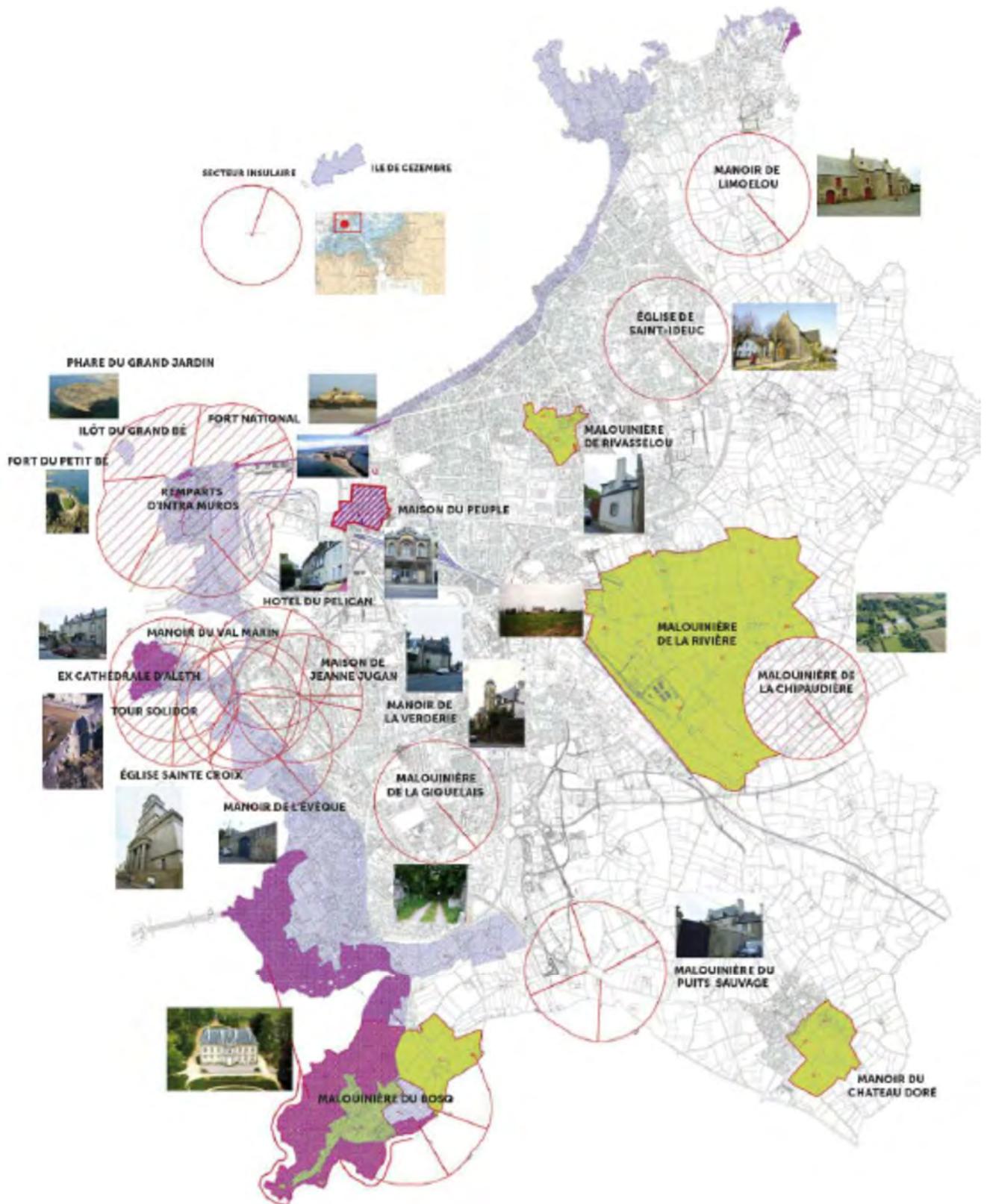


#### 4. Saint-Malo, un patrimoine bâti exceptionnel

La Ville a souhaité également dans le cadre de la révision de son plan local d'Urbanisme et de son PADD adopté en décembre 2022, affirmé sa volonté de non seulement de préserver ce patrimoine exceptionnel mais également de le protéger et le mettre en valeur.

Le territoire de Saint-Malo comporte en effet de nombreux monuments historiques inscrits et classés, et des zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager, mais aussi un patrimoine remarquable d'intérêt local, un patrimoine balnéaire et un patrimoine archéologique. Plus de 80 monuments sont classés et inscrits à l'inventaire des monuments historiques.

La carte ci-après présente ces sites :



## B. Le cadre législatif de la révision du RLP

La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes s'inscrit dans un double cadre. Constitutionnel d'abord, en veillant au respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie et du bon exercice de l'activité des opérateurs économiques du secteur de la publicité extérieure et des enseignes. Politique ensuite, en faisant de la préservation de la qualité du cadre de vie et du paysage un enjeu majeur pour les territoires et les populations. A ce titre, elle trouve son expression réglementaire dans le Code de l'Environnement et elle offre la possibilité pour les territoires d'adapter la réglementation nationale à leurs spécificités en élaborant un Règlement Local de Publicité (RLP).

Les premières réglementations en matière d'affichage publicitaire, qui apparaissent avec la loi du 27 janvier 1902, ont pour but de protéger le patrimoine historique, artistique et/ou culturel de l'apposition intempestive de « panneaux-réclames ». Les évolutions législatives successives ne font que renforcer cet objectif, en l'élargissant au patrimoine naturel (sites classés, monuments naturels) et ordinaire, introduisant alors une visée esthétique. La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite « Grenelle II ») ainsi que le décret du 30 janvier 2012 (L.581-1 et suivants du code de l'environnement) viennent réformer la réglementation qui n'avait plus évolué depuis la loi du 29 décembre 1979, tout en conservant l'esprit d'origine. A cette occasion, de nouveaux objectifs de lutte contre la pollution visuelle et de réduction de la facture énergétique nationale sont ajoutés.

Si ce sont bien des préoccupations esthétiques et environnementales qui constituent le fondement de la loi relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes, elle ne saurait faire abstraction des considérations d'ordre économique. Les prescriptions réglementaires doivent veiller à la conciliation des approches économiques et paysagères. Afin d'éviter d'être confronté à un traitement paysager partiel ou à des choix arbitraires et hasardeux, il est essentiel de porter conjointement une politique communale et intercommunale globale en matière de cadre de vie, qui ne se limite pas aux seuls affichages publicitaires mais encadre tous les objets susceptibles d'impacter le paysage.

Le Code de l'Environnement fixe « les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toutes voies ouvertes à la circulation publique, au sens précisé par décret en Conseil d'Etat » (L.581-2). Il porte uniquement sur les conditions d'implantation extérieure et le format des dispositifs publicitaires, des enseignes et des préenseignes. Par conséquent, l'autorité de police de la publicité extérieure ne peut en aucun cas contraindre ou interdire le contenu d'un message publicitaire en lui-même. A l'inverse, en cas d'infraction au Code de l'Environnement, supprimer seulement le message ne supprime pas l'infraction. Depuis la loi Climat et résilience du 22 août 2021, « le RLP peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses ».

Par ailleurs, la réglementation pour l'affichage publicitaire est soumise à d'autres dispositions que le Code de l'Environnement. Elle entretient des liens avec le Code de la Route (délimitation des entrées et sorties d'agglomération (R.411-2), classement de voies en Route à Grande Circulation (L.110-3), incidence de l'installation de certains dispositifs sur la sécurité routière (R.418-1 et suivants) et le Code de l'Urbanisme.

La loi « Grenelle II » clarifie la répartition des compétences en matière de police et d'instruction des déclarations et des autorisations préalables. En présence d'un RLP, le pouvoir de police et la délivrance des autorisations préalables sont exercés par les maires au nom de leur commune.

## II. Les dispositifs visés par le code de l'environnement

### A. La Publicité

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités » (Article L581-3 1°).



D'autres éléments tels que les passerelles métalliques destinées à assurer la sécurité des agents chargés de coller les affiches publicitaires sur les dispositifs, les rampes d'éclairages concourent au fonctionnement global du dispositif même s'ils ne sont pas destinés à recevoir des inscriptions, formes ou images. La généralité de la définition permet d'appréhender tous types de publicité, existants comme à venir.

Le législateur a habilité le pouvoir réglementaire à adopter des règles pour la publicité par voie aérienne ou sur l'eau. Si, pour cette dernière, il existe un régime sur les eaux intérieures, rien n'a été prévu pour la publicité sur les bâtiments naviguant sur le domaine public maritime ou pour la publicité par voie aérienne.

### B. Les Enseignes

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (Article L581-3 2°). Cette définition pose comme principe le lien entre le message et le lieu. L'immeuble doit être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou pas, l'important est que l'activité s'y exerce.



Ce qui est relatif à une activité est constitué par toute forme de message, et dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant de l'activité. Il peut s'agir d'une image ou d'un nom, d'une marque ou d'un produit quel que soit le moyen de présentation du message au public. Ce n'est pas le contenu du message défini comme enseigne qui est régi mais son apparence matérielle.

### C. Les Préenseignes

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (Article L581-3 3°). Il s'agit d'un message de signalétique correspondant à une information de destination. La localisation n'est pas déterminante de la définition de l'objet.



Les préenseignes sont soumises aux dispositions régissant la publicité (article L 581-19 du Code de l'Environnement), exception faite des préenseignes dérogatoires ou temporaires. Un RLP ne peut donc pas édicter de règles spécifiques pour les préenseignes. Une préenseigne est implantée dans un lieu différent de

celui où s'exerce l'activité signalée, tout en restant dans un rayon de 5 km (10km pour les Monuments Historiques).

## III. Le Règlement National de la Publicité

### A. Principes généraux

Le Code de l'Environnement admet la présence de la publicité en agglomération au sens du Code de la Route, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés, et l'interdit en dehors de l'agglomération.

Un dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité est assimilé lui aussi à une publicité au sens du Code de l'Environnement. Ceci signifie que le fait de présenter ou pas un message sur un panneau n'est pas déterminant en matière réglementaire si le dispositif potentiellement porteur de message existe ; ainsi en cas d'infraction au Code de l'Environnement, supprimer le message ne supprime pas l'infraction.

### B. La notion d'« agglomération »

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de ce point est renforcée par l'obligation d'annexer au futur RLP l'arrêté municipal fixant lesdites limites ainsi que le document graphique afférent.

Il existe en droit français une définition réglementaire de ce qu'est une agglomération.

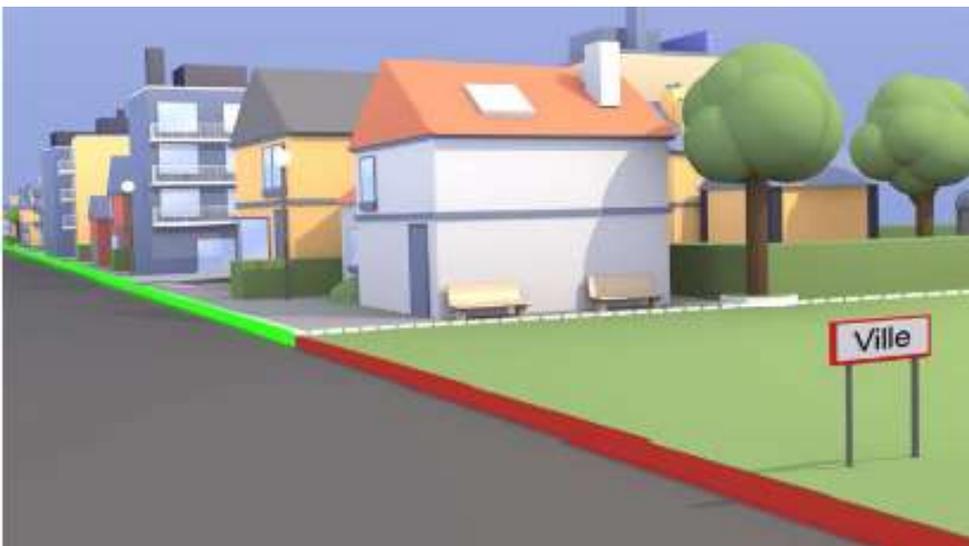
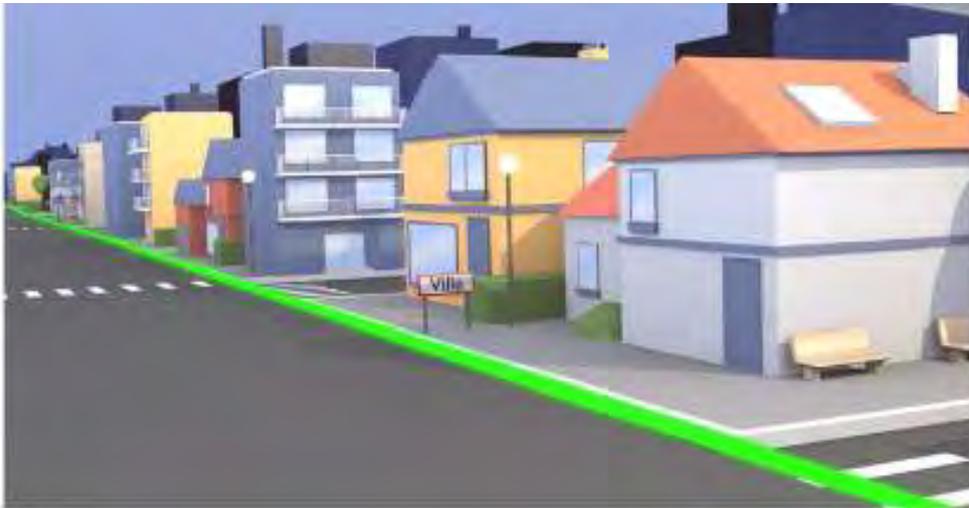
*« Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ». R110-2 code de la route ».*

Le RLP fixe des règles dont l'application s'appuie sur cette limite entre l'agglomération et le territoire communal qui ne peut être considéré comme aggloméré. Il fige donc les règles pour une durée donnée sur la base d'une considération figée de la ville. Cette approche n'est pas sans poser le problème de l'évolution de la ville. En effet, nous ne pouvons pas ignorer que la ville, la zone agglomérée est un espace qui évolue, sa surface augmentant en général. Le RLP peut difficilement et de façon certaine, sans risque, se satisfaire d'une approche figée.

La matérialité de l'agglomération prime donc sur son aspect formel. C'est la réalité de terrain qui s'impose. Cela a une conséquence : l'implantation des panneaux d'agglomération n'est pas déterminante pour que les bonnes règles s'appliquent : il convient toutefois de vérifier que les panneaux sont correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.

Les 2 images suivantes illustrent la notion d'agglomération :

- Le **tracé vert** illustre ce qui est **EN AGGLOMATION**.
- Le **tracé rouge** illustre ce qui est considéré **HORS AGGLOMÉRATION**.



## C. Les dispositions spécifiques à Saint-Malo en tant qu'agglomération de plus de 10 000 habitants

### a) En matière de publicité

La publicité est donc admise dans les conditions les plus larges de la réglementation nationale. Les règles sont:

- Surface limitée à 12m<sup>2</sup> ;
- Dispositifs scellés au sol admis ;
- Publicité sur bâches admise ;
- Publicité numérique autorisée.

Le mobilier urbain (article R.581-42 et suivants) peut à titre accessoire supporter de la publicité :

- Surface limitée sur abris à 2m<sup>2</sup> par tranche entière de 4,5m<sup>2</sup> de surface abritée au sol ;
- Surface unitaire maximale de 2m<sup>2</sup> sans que la surface totale n'excède 6m<sup>2</sup> sur les kiosques à journaux ;
- Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles ;
- Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface unitaire de 2m<sup>2</sup> utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ;
- Surface limitée à 12m<sup>2</sup> pour les mobiliers destinés à recevoir des informations à caractère général ou local.

Néanmoins pour rappel la Règlementation nationale interdit la publicité dans les zones de protection délimitées :

- Autour des sites classés ;
- Autour des monuments historiques classés ;
- Dans les secteurs sauvegardés ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;
- À moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- Dans les ZPPAUP (SPR) et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones spéciales de conservation (ZPC) et dans les zones de protection spéciales (ZPS) mentionnées à l'article L. 414-1 (Natura 2000). (Article L581-8 du code de l'environnement).

Seul le RLP peut permettre de réintroduire la publicité dans ces lieux. Les dispositions alors prévues doivent être conformes aux orientations et objectifs définis dans le rapport de présentation du RLP. La réintroduction de la publicité dans ces lieux doit être réfléchi et motivée.

**b) En matière d'enseigne**

Tous les types d'enseigne peuvent être installés sous réserve de respecter les limites fixées par le RNP.

Ainsi, les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées, ne pas dépasser 3 m de haut ni une superficie maximale de 60m<sup>2</sup>.

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires à la façade qui les supportent ne doivent pas dépasser une superficie cumulée supérieure à 15 % de la superficie de ladite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50m<sup>2</sup> ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50m<sup>2</sup>.

Les enseignes scellées au sol ont une surface limitée à 12m<sup>2</sup>. Une seule est autorisée par voie bordant l'établissement.

*Tableau synthétisant les principales règles du RNP applicables au territoire de Saint-Malo :*

Publicité		Enseigne		Horaires d'extinction
Support	Mural ou scellé au sol	Support	Scellée au sol ≤ 12m <sup>2</sup>	De 1h à 6h du matin
Surface	≤ à 12m <sup>2</sup>	Surface sur façade	% de la surface de façade commerciale	
Densité	Fonction du linéaire de l'unité foncière	En toiture	Autorisées	
Numérique	≤ à 8m <sup>2</sup>	Numérique	Autorisées	
Bâches publicitaires	Sur mur aveugle			

## IV. Le RLP en vigueur jusqu'au 13 janvier 2021 pour Saint-Malo

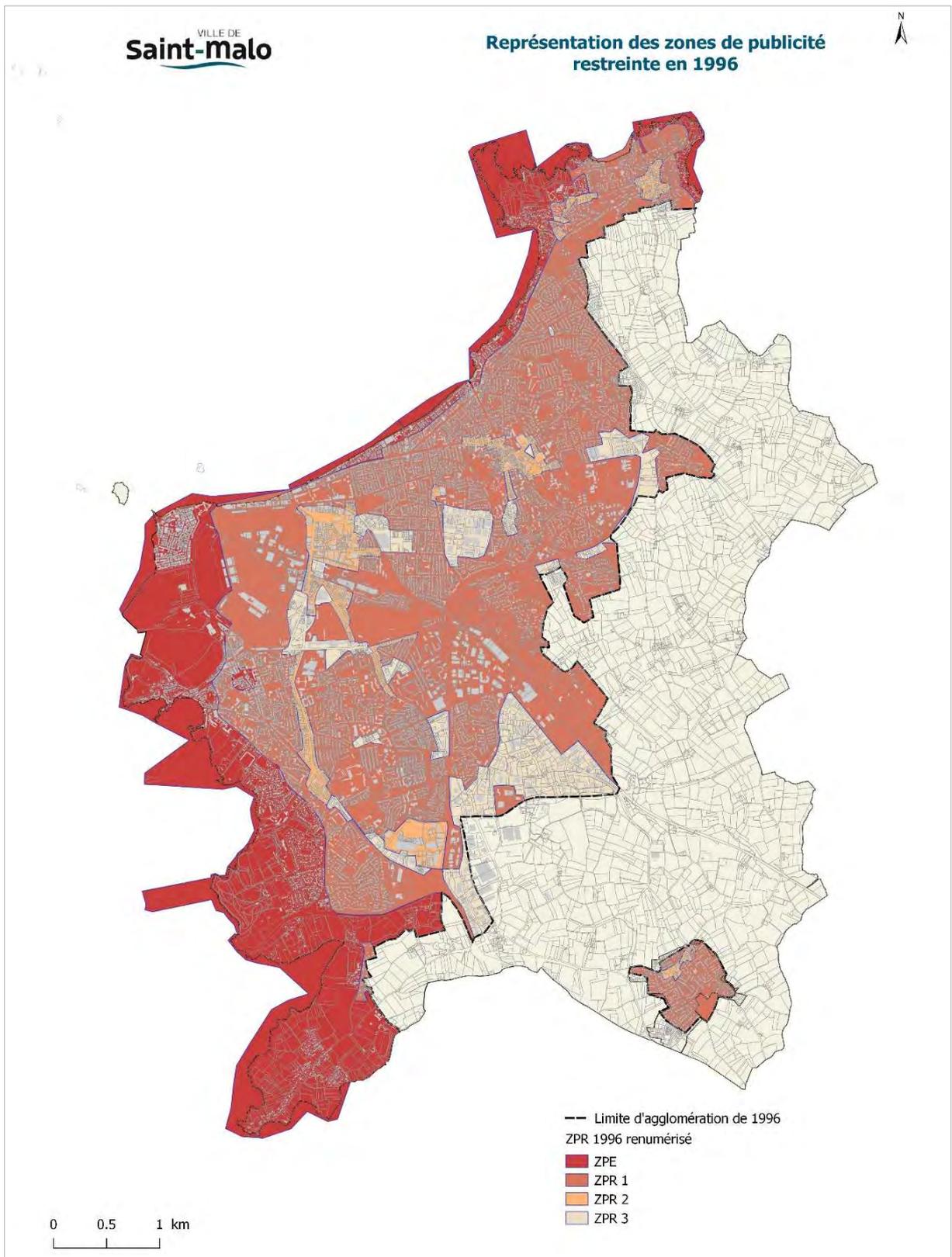
La ville de Saint-Malo s'est dotée d'un RLP en avril 1996. En application de l'article R.581-14-2, dès que ce règlement est devenu caduc, le maire a perdu les compétences en matière de police de la publicité qui sont désormais exercées par le Préfet. Ces compétences concernent l'instruction des autorisations et le pouvoir de sanction.

### A. Les dispositions réglementaires fixées dans le RLP de 1996

#### 1. Le zonage du RLP de 1996

Le RLP de 1996 était décomposé en plusieurs zones présentées ci-dessous :

Zones		
ZPE	Zone de publicité élargie	Sites inscrits et classés + champ de visibilité de 100 m autour de Monument Historique (MH)
ZPR1	Zone de publicité restreinte n°1	Secteur dont l'environnement de grande qualité + cadre de vie résidentiel + zones ND, NDL et EBC du POS
ZPR2	Zone de publicité restreinte n°2	Centralités urbaines : Rotheneuf, Paramé, Courtoisville, La Madeleine, la Gare et entrée N137
ZPR3	Zone de publicité restreinte n°3	Agglo en dehors des ZPE, ZPR1 et 2
Hors agglomération	Hors RLP => RNP (zone de pub interdite)	



## 2. Les dispositions inscrites dans le RLP de 1996

### a) Règles concernant la publicité

La publicité était interdite en toutes zones pour les cas suivants :

- Sur Monuments Historiques (classés et inscrits),
- Dans le périmètre de 100m et dans le champ de visibilité des monuments historiques (classés et inscrits),
- En site classé et au pourtour (sauf si ZPE)
- Sur les arbres,
- Sur monuments naturels, plantations, poteaux (réseaux, circulation tous véhicules)
- Murs non aveugles de bâtiments,
- Clôtures non aveugles,
- Murs des cimetières et jardins publics,

	ZPE	ZPR1	ZPR2	ZPR3	
Lumineuse	Interdite	Interdite	Autorisée sous conditions	Autorisée sous conditions	
Non lumineuse	Interdite depuis l'alignement, sauf si double zonage et non visibilité	Selon règles MU de la ZPE : 2m <sup>2</sup> unitaire maxi et hauteur maxi de 4m	Sur support mural, surface unitaire entre 2 et maxi 12m <sup>2</sup>	Scellé ou installé directement sur le sol, maxi 12m <sup>2</sup>	Support mural surface unitaire entre 2 et maxi 12m <sup>2</sup>
Support		Sur mobilier urbain	Mur et immeuble Maxi 6m de haut	Scellé ou installé directement sur le sol Maxi 6m de haut	
Densité			Si rue inf à 15m linéaire : 1 seule Si sup à 15m : 2 sous conditions « traitement »	Si rue inf à 30m linéaire : 0 De 30 à 60m linéaire : 1 seul dispositif Si sup à 60m : 3 maxi par unité foncière. Intervalle de 50m linéaire	Si rue inf à 15m linéaire : 1 seule. Si sup à 15m : 2 sous conditions « traitements »

### b) Règles concernant les Préenseignes

	ZPE	ZPR1	ZPR2	ZPR3
	Interdites	Interdites Sauf chevalet sur DP sous réserve autorisation	Idem règles de la publicité pour ZPR2	Idem règles de la publicité non lumineuse pour ZPR3

**c) Règles concernant les Enseignes**

	ZPE	ZPR1	ZPR2	ZPR3
Dispositions générales	RNP			
Prescriptions particulières	Caissons lumineux interdits		Caissons lumineux maxi 1m <sup>2</sup>	
	Possibilité de lettres découpées éclairées par transparence ou en négatif			
	Hauteur de lettre 40cm maxi		Hauteur 60cm maxi	
	Liste matériaux, mode fixation, choix couleurs pour secteur intra-muros			
	Enseigne 1m <sup>2</sup> maxi		Dérogations possibles si absence de nuisance	

**d) Règles concernant le Mobilier urbain**

	ZPE	ZPR1	ZPR2	ZPR3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interdit en secteur MH et 100m</li> <li>- Soumis à autorisation</li> <li>- De 1 à 2 panneaux (si dos à dos) pour une surface unitaire maxi de 2m<sup>2</sup></li> <li>- Inf à 4m de haut</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interdit en secteur MH et 100m</li> <li>- Soumis à autorisation</li> <li>- De 1 à 2 panneaux (si dos à dos) pour une surface unitaire maxi de 4m<sup>2</sup></li> <li>- Inf à 6m de haut</li> </ul>	
densité	1 tous les 75m linéaires			

**e) Règles concernant les Véhicules terrestres**

	ZPE	ZPR1	ZPR2	ZPR3
	RNP			

**f) Règles concernant l’Affichage d’opinion**

	ZPE	ZPR1	ZPR2	ZPR3
	Non règlementé / non admis	Autorisé sur trois (quatre) emplacements réservés	Autorisé sur six emplacements réservés	Autorisé sur un emplacement réservé

## V. La révision du RLP de Saint-Malo

### A. Les objectifs de la révision

Par délibération en date du 1er octobre 2015, la commune a donc prescrit la révision de son RLP, ensuite approuvé en Conseil municipal le 3 novembre 1995 et arrêté par le Maire le 2 avril 1996 (dont une analyse est présentée au point IV) afin de l’actualiser.

Au cours de cette délibération, les 9 objectifs suivants ont été fixés :

1. Mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale,
2. Maîtriser l’implantation de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire de Saint-Malo,
3. Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural et paysager de la Ville de Saint-Malo en prescrivant des règles adaptées au centre-ville, aux quartiers historiques et aux secteurs de sensibilité paysagère,
4. Trouver une cohérence avec la révision en cours du PLU en harmonisant les règlements et les zonages des deux documents,
5. Valoriser les entrées de Ville et édicter des règles adaptées aux zones d’activités diverses,
6. Garantir le développement économique et commercial de la Ville, notamment pour les quartiers centraux (Intra-muros, Saint-Servan, Paramé-centre et Courtoisville, quartier Gare-Rocabey),
7. Limiter la densification de l’affichage le long des axes structurants,
8. Limiter la présence de dispositifs de publicité lumineuse,
9. Encourager la réalisation d’économies d’énergie en prescrivant des mesures en faveur de l’extinction nocturne des dispositifs lumineux.

### B. Le contenu du RLP

Le décret du 30 janvier 2012 modifié exige que les RLP soient, au minimum, composés d’un rapport de présentation, d’un règlement et d’annexes.

**Le rapport de présentation :**

Le contenu du rapport de présentation est libre, mais l’article R.581-73 impose au minimum :

- Qu’il s’appuie sur un diagnostic ;
- Qu’il définisse des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure ;
- Qu’il explique les choix et les règles retenus et les motifs de la délimitation des zones, si elles existent.

Le diagnostic est l’occasion de procéder à un recensement des dispositifs publicitaires en infraction avec le RNP (applicable sur Saint-Malo actuellement) et d’identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu de dispositions législatives (Art. L.581-4 et L.581-8).

Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement identifiés, la ville de Saint-Malo va définir les orientations et objectifs du RLP en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement.

**Le règlement :**

Quelles que soient les dispositions du RLP, celles-ci doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les opérateurs économiques et la protection du cadre de vie. Afin d'assurer la lisibilité du règlement, il est inutile que le RLP reprenne textuellement des dispositions qui figurent déjà dans le RNP et qui continuent de s'appliquer selon la volonté des auteurs du règlement.

**Les annexes :**

Les annexes du RLP sont constituées d'un document graphique présentant le zonage choisi, le cas échéant, ainsi que de l'arrêté municipal fixant les limites de la commune et de la carte idoïne. Si les prescriptions du RLP sont générales et qu'il ne comporte par conséquent ni zone, ni périmètre, les documents graphiques propres au RLP ne sont pas nécessaires.

## C. Le régime des autorisations et des déclarations

### a) Publicité

Les principales formes de publicités sont soumises à déclaration préalable. Les articles L.581-6, R.581-6 et suivants en fixent les modalités.

**Article R.581-6 fixe les publicités soumises à déclaration :**

« Sous réserve de l'application des dispositions de l'article R.581-9, font l'objet d'une déclaration préalable, l'installation, le remplacement ou la modification :

- D'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité ;
- De préenseignes dont les dimensions excèdent 1 mètre en hauteur ou 1,50 mètre en largeur.

Le remplacement ou la modification des bâches comportant de la publicité fait aussi l'objet d'une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police en vertu de l'article L.581-14-2.» L'affichage de petit format est également soumis à déclaration.

**Article L.581-9, fixe les publicités soumises à autorisation préalable. Il s'agit :**

- Des emplacements de bâches comportant de la publicité
- Des publicités lumineuses autres que celles supportant des affichés éclairés par projection ou par transparence (ce qui inclut la publicité numérique) qu'elles soient ou non apposées sur du mobilier urbain.
- Des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

### b) Enseignes

Les articles L. 581-18 et R 581-17 du Code de l'Environnement précisent les enseignes soumises à autorisation préalable. Il s'agit :

- Des enseignes permanentes ou temporaires, scellées ou posées au sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L 581-8
- Des enseignes implantées sur un territoire couvert par un RLP
- Des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

**Article L.581-21 :** « Les autorisations prévues aux sections 2 et 3 du présent chapitre sont délivrées au nom de l'autorité compétente en matière de police. Le refus de ces autorisations doit être motivé.

Un décret en Conseil d'Etat fixe le délai à l'expiration duquel le défaut de notification de la décision de l'autorité compétente équivaut à l'octroi de l'autorisation. Ce délai ne pourra excéder deux mois à compter de la réception de la demande.

Le délai pourra être porté à quatre mois pour les autorisations relatives aux installations d’enseignes sur un immeuble classé monument historique ou inscrit à l’inventaire supplémentaire, ainsi que dans un site classé ou dans un secteur sauvegardé ».

## D. Les étapes de la procédure

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d’élaboration, de révision ou de modification d’un RLP est calquée sur celle du PLU. Comme il l’a été indiqué, la commune Saint-Malo étant compétente en matière de PLU, elle l’est donc en matière de RLP. La procédure de révision de son RLP est placée sous l’autorité du maire.

Le schéma ci-dessous décrit les grandes étapes de la révision du RLP.

### Etapes de la révision du RLP



Après l’accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au Préfet au titre du contrôle de légalité, il entrera en vigueur.

Le RLP sera d’application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s’implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur que 2 ans plus tard (art.R.581-88 du code de l’environnement) et 6 ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du code de l’environnement).

Les dispositifs non-conformes au RNP ou au RLP actuel ne disposent d’aucun délai.

# DIAGNOSTIC

Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Une analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les orientations de la commune telles qu'elles ont été fixées par la délibération du 1er octobre 2015.

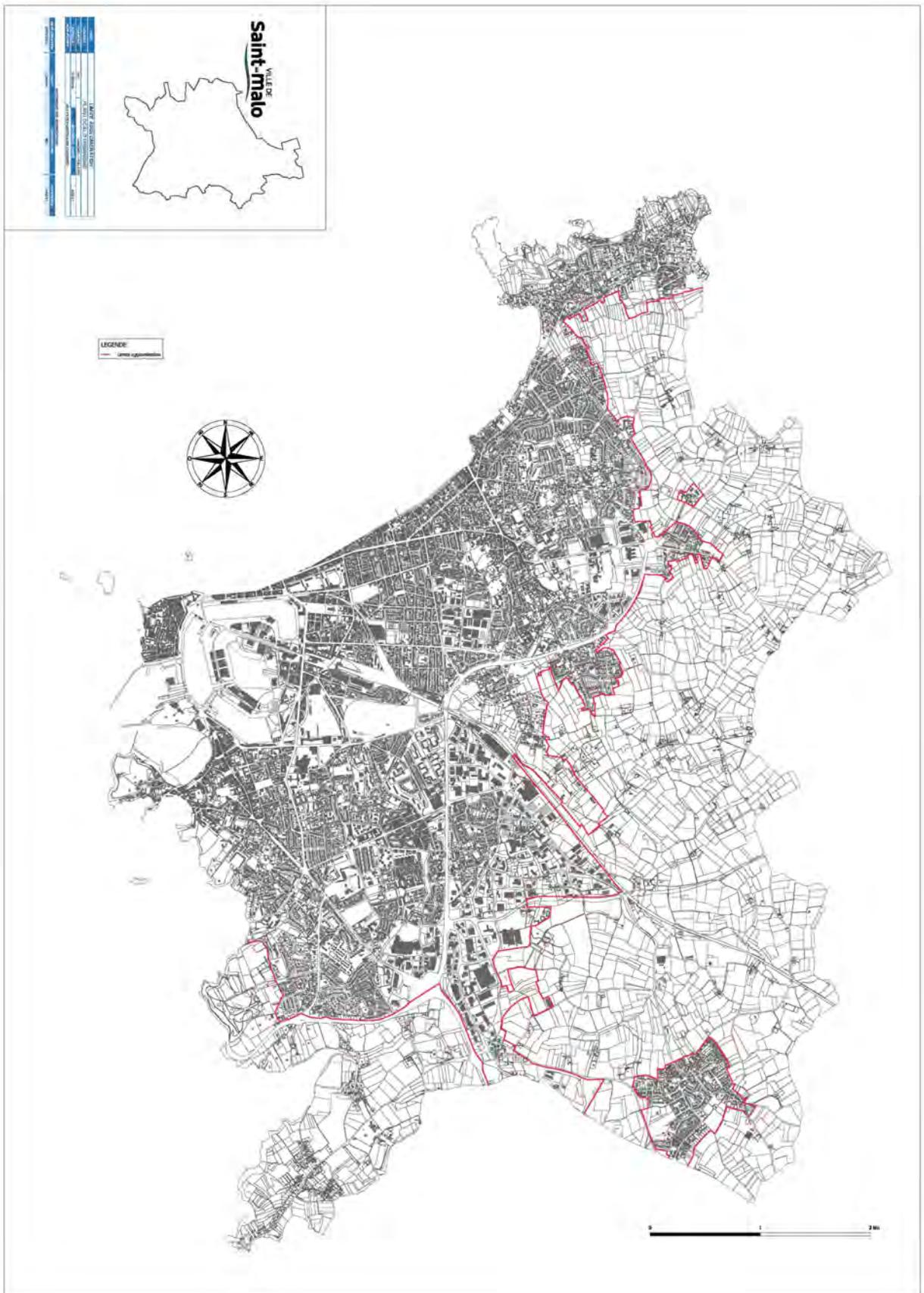
## I. Méthodologie

### A. Fixer les limites du territoire aggloméré

La détermination des limites du territoire aggloméré est le résultat de l'analyse croisée de :

- La réalité du terrain,
- La projection en SIG des limites constatées sur le terrain sur plan avec l'apposition de zones tampons de 25 m ou de 50m. en cas d'incohérences, les zones tampons guident le choix à opérer : si les zones tampons se touchent, on est en tissu aggloméré. Si elles ne se touchent pas, on est hors du tissu aggloméré. Le tampon de 25m correspond aux secteurs densément urbanisés au sein desquels les parcelles bâties présentent une longueur moyenne de 25m. Ce tampon ne suffit plus dans les secteurs urbanisés de manière plus éparse, d'où le tampon de 50 m.

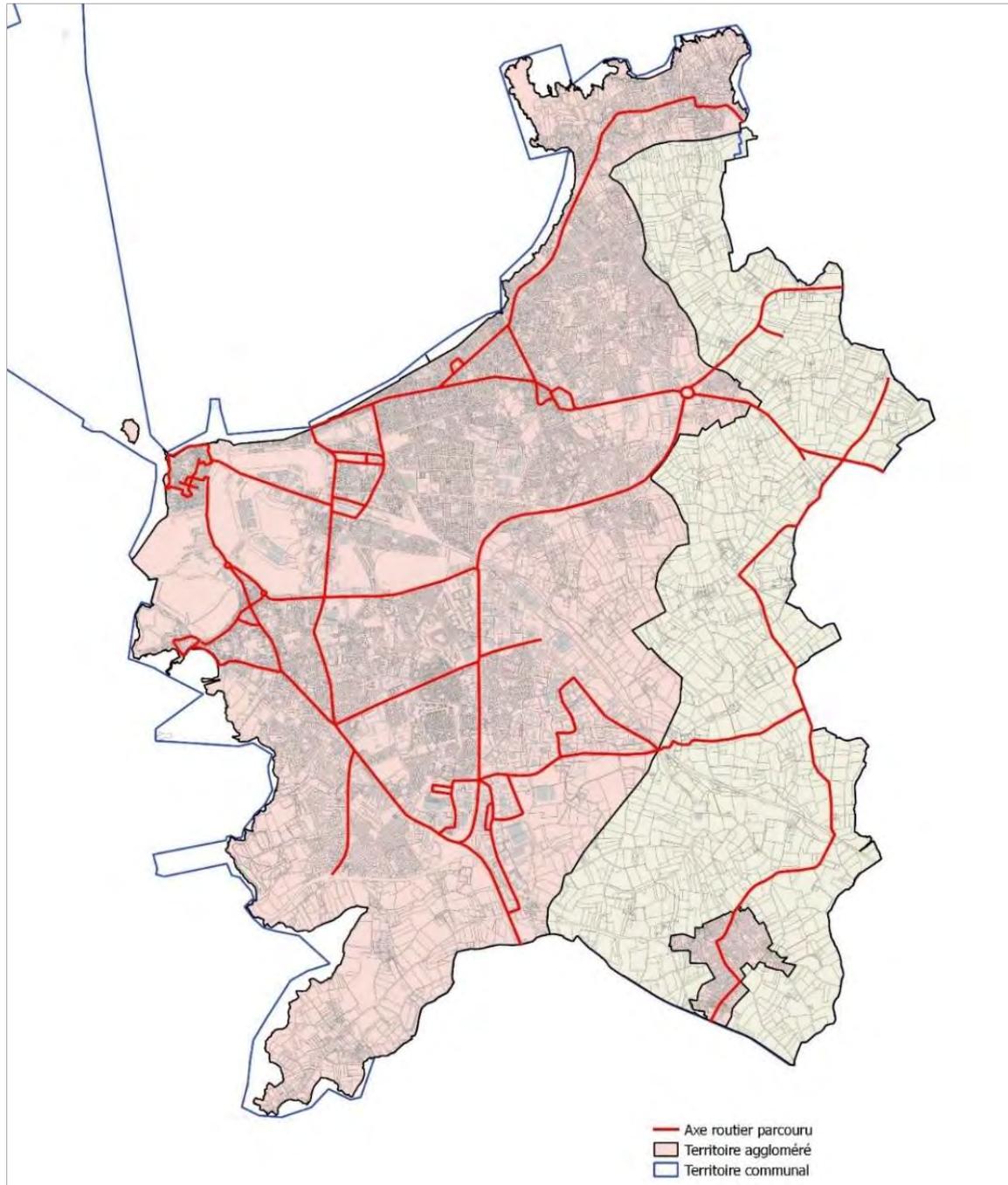
Ci-dessous voici une carte montrant en grisé le territoire aggloméré de Saint-Malo tel qu'il peut être dessiné pour l'application du RLP :



## B. Déterminer les axes parcourus

Compte tenu de l'organisation du territoire, il a été procédé au recensement de l'ensemble des dispositifs (publicités, enseignes, préenseignes) existants le long des voies départementales et communales situées à l'Ouest de la ligne noire (fond de plan rose) présentée dans la carte ci-dessous. A l'Est de cette limite (fond de plan grisé), le recensement effectué portait sur les dispositifs (publicités, enseignes, préenseignes) existants le long des voies principales.

*Axes parcourus pour effectuer le recensement :*



Le recensement a été réalisé en mai et juillet 2018, avec une mise à jour à la fin de l'année 2021 sur le volet des dispositifs publicitaires. Ce travail est traduit sous format cartographique et cela a permis la production d'Atlas permettant une lecture complémentaire du travail de terrain via une localisation spatiale.

## C. Fixer des critères qualitatifs

Pour chaque dispositif, les critères suivants sont analysés et exposés :

- La typologie
- La localisation sur le territoire
- La description du dispositif / position sur l'unité foncière / position sur l'immeuble
- L'aspect du dispositif et une appréciation qualitative de mise en œuvre et de son intégration
- La situation légale (ou non) au regard du RLP et/ou du RNP.

A l'issue de cette analyse est proposée une synthèse permettant une approche plus transversale et à la fois plus globale pour envisager les orientations possibles et les points névralgiques qui pourraient être retenus pour le futur RLP.

## D. Localiser et recenser chaque dispositif

Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, ce qui a permis d'établir les pièces cartographiques qui ont notamment alimenté ce rapport :

- Nom SIG
- Coordonnées
- Nature du dispositif et typologie
- Quartier ou secteur
- Taille (inférieure à 2m<sup>2</sup>, entre 2 et 12 m<sup>2</sup> et de 12m<sup>2</sup>)
- Situation légale (ou non) au regard du RLP et/ou du RNP

# II. Les typologies rencontrées d'enseignes, de publicités et de préenseignes

## A. Les enseignes

### 1. Les différents types d'enseignes rencontrés

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

Plusieurs modes d'implantations d'enseignes ont été observés :

- Les enseignes murales installées à plat,
- Les enseignes installées perpendiculairement
- Les enseignes scellées ou posées au sol

#### a) Les enseignes murales en applique

Les enseignes murales installées à plat s'apposent contre le mur d'un immeuble ou sur la devanture d'un commerce. En bandeau, en lettres découpées, sur store ou sur l'ensemble d'une façade, les enseignes murales ont des dimensions qui s'adaptent à leur environnement : plus petites dans les quartiers centraux et à l'inverse plus grandes dans les zones économiques périphériques.

• **En bandeau**

Le bandeau s'inscrit sur la façade de manière longitudinale ou transversale au-dessus de l'accès de l'établissement, au-dessus de la vitrine ou sur une autre façade. Sa taille et sa forme est variable suivant le bâtiment et l'activité qu'il présente.

Le bandeau masque souvent une partie du bâtiment et ne s'intègre pas nécessairement à l'architecture sur laquelle il s'appose.



Localisation : Intra-muros

Observations : Bandeau transparent qui laisse l'architecture apparente  
Très bonne intégration sur une façade en pierre, et dispositif lumineux discret.



Localisation : Intra-muros

Observations : Bandeau en partie adapté à la forme des ouvertures.



Localisation : Intra-muros

Observations : Bandeau non intégré dans les détails architecturaux / débords en bas du bandeau.



Localisation : Paramé

Observations : Bandeau intégré dans les détails architecturaux et informations complémentaires à l'enseigne, en vitrine.



• **En lettres découpées**

A l'inverse les lettres découpées ne masquent pas la matérialité du bâtiment et prennent plus ou moins de relief. Les lettres sont découpées ou accolées à la façade et s'inscrivent de manière longitudinale ou transversale.

Elles sont particulièrement visibles dans la ville intra-muros pour les enseignes d'hôtels, des commerces et des édifices publics.



Localisation : la Madeleine - Grassinai  
Observations : lettres de grande dimension sur un côté du bâtiment sans élément de façade ou vitrine.



Localisation : Intra-muros  
Observations : Lettres discrètes intégrées dans les détails architecturaux, au-dessus d'une vitrine.



Localisation : ZAC Campus - Maréchal Juin  
Observations : Lettres et logo discrets sur façade blanche.



Localisation : Talards - Rocabey – Gare  
Observations : Lettrage disproportionné à la façade et le soulignage efface les éléments architecturaux de la façade.

• **Sur l'ensemble de la façade**

L'enseigne en bandeau peut également se prolonger sur les jambages de la façade. L'enseigne fait donc partie intégrante de la devanture et son impact visuel est plus important. Ce dispositif vient masquer l'ensemble de la façade.



Localisation : Talards - Rocabey – Gare  
Observations : Couleur sobre – Forte démarcation visuelle avec l'architecture au R+1.



Localisation : Talards - Rocabey – Gare  
Observations : Unité de couleur criarde de l'enseigne – Forte démarcation avec l'architecture au R+1.

• **Sur les stores bannes**

Les enseignes sur les stores bannes sont sobres et ont peu d'impact sur le paysage, tout en permettant une bonne lisibilité de l'enseigne. Leur utilisation est souvent dédoublée avec une enseigne en bandeau ou en lettres découpées.



Localisation : Talards – Rocabey – Gare  
Observations : Enseigne sur store doublée par un bandeau au-dessus. Ce principe dédouble l'information et le bandeau ne respecte pas les lignes de l'architecture.



Localisation : Talards – Rocabey – Gare  
Observations : Utilisation uniquement du store banne (juxtaposition de 2 commerces gardant le même principe d'enseigne).

**b) Les enseignes perpendiculaires**

Les enseignes installées perpendiculairement également appelées « enseignes drapeaux » ou « caissons double face », se fixent de façon à être perpendiculaire à la façade d'un immeuble. Elles sont placées à une hauteur suffisante pour ne pas gêner la circulation et sont idéales pour être vue de loin. Ce dispositif est principalement utilisé dans les quartiers centraux mixant commerces et habitats.



Localisation : Talards – Rocabey – Gare  
Observations : Accumulation d'enseignes perpendiculaires de formes différentes mais de hauteur similaire. Une seule enseigne murale par établissement.



Localisation : Talards – Rocabey - Gare  
Observations : Accumulation d'enseignes pour un seul établissement brouillant la lisibilité de l'information. Forte pollution visuelle de la façade.

### c) Les enseignes scellées ou posées au sol

Les enseignes scellées ou posées au sol sont de différents types : les totems, les mâts, les drapeaux. Elles sont positionnées à une hauteur suffisante pour être visible de loin et sont implantées en angle, en façade de l'unité foncière ou sur l'espace public créant des volumes conséquents dans le paysage.

Ce dispositif quand il est de grande dimension est principalement utilisé dans les zones économiques, néanmoins les drapeaux et les chevalets de plus petites dimensions peuvent également être utilisés dans les quartiers centraux.

- **Les totems scellés au sol**

Les enseignes sur les totems sont particulièrement utilisées dans les zones économiques, elles permettent une visibilité lointaine de l'enseigne depuis les axes de circulation.



Localisation : Croix Desilles - La Houssaye  
Observations : Totem de grande hauteur et aux couleurs soutenues dans l'unité foncière. Un dispositif à l'information épurée.



Localisation : La Madeleine - Grassinai - Maison Neuve  
Observations : Totem regroupant les pré enseignes de l'ensemble commercial à l'angle de l'unité foncière.



Localisation : Croix Desilles - La Houssaye  
Observations : Totem avec une travée horizontale, intégrée dans son environnement (couleur, volume, emplacement)



Localisation : Patton - Balue - Marne  
Observations : Totem aux couleurs soutenues, situé en limite de l'unité foncière. Le dispositif double l'information de l'enseigne sur pignon et encombre l'emprise au sol. Enseigne murale illégale car dépassant l'égout du toit.

• **Les mâts**

Les enseignes sur mâts sont également visibles dans les zones économiques et permettent aussi une visibilité lointaine de l'enseigne depuis les axes de circulation.



Localisation : Avenue du Maréchal Juin

Observations : Enseigne sur mât triangulaire (s'intégrant dans la ligne des bâtiments) dépassant la hauteur des bâtiments, implantée sur un parking.



Localisation : Avenue Charles De Gaulle

Observations : Enseigne sur mât avec trois faces à l'angle de l'unité foncière. Dispositif imposant mais cohérent avec l'architecture et les enseignes sur bâtiment.



• **Les drapeaux amovibles**

Les drapeaux amovibles, ou « Beach flag » sont pour leur part posés au sol et parfois mobiles c'est-à-dire qu'ils peuvent être déplacés dans l'unité foncière lors de la fermeture de l'enseigne. Les concessionnaires automobiles sont amateurs de ce dispositif. Ce dispositif est positionné en façade de l'unité foncière ou sur l'espace public.



Localisation : La Madeleine - Grassinai - Maison Neuve

Observations : Accumulation de drapeaux amovibles permettant de délimiter le parc automobile.



Localisation : Saint-Servan

Observations : Drapeau mobile implanté sur l'espace public et sur la façade du bâtiment. Nombre et couleur trop visibles dans le paysage urbain.



2. La localisation des enseignes sur façade

Selon sa typologie et la localisation de l'établissement auquel il se rapporte dans l'agglomération, l'enseigne a un positionnement différent sur la façade.

Dans la centralité, les enseignes sont plus basses car elles souhaitent capter l'attention des piétons et des automobilistes roulant à une faible vitesse alors que dans les zones économiques les enseignes sont plus hautes et de plus grandes ampleurs afin de capter l'attention des automobilistes.

### a) Les enseignes en rez-de-chaussée

Les enseignes en rez-de-chaussée sont fréquentes dans les quartiers centraux tels que : Place Rocabey, le quartier de la gare ou la ville intra-muros.



Localisation : Intra-muros  
Observations : Dédoublage de l'enseigne dans l'angle de la rue. Couleurs soutenues.



Localisation : Intra-muros  
Observations : Enseigne sur les tranches des murs du bâtiment pour une visibilité latérale, une utilisation des ouvertures intéressante. Couleur soutenue ne s'intégrant pas dans l'environnement urbain.

### b) Les enseignes en R+1

Les enseignes sur façade en R+1 sont également très fréquentes sur la rue de la Marne et boulevard des Talards. Elles provoquent parfois une sensation d'accumulation des enseignes.



Localisation : Boulevard des Talards  
Observations : Enseignes en lettres découpées sur le bandeau au rdc et en R+1, avec des typographies différentes.



Localisation : Boulevard des Talards  
Observations : Enseignes perpendiculaires fixées au R+1, de formes et de hauteurs différentes.

### c) Sous l'acrotère

Les enseignes situées sous l'acrotère sont particulièrement utilisées dans les zones économiques car leur hauteur permet une visibilité lointaine. Certaines enseignes recherchent plus de hauteur en s'implantant à cheval entre la façade et la toiture.



Localisation : La Madeleine - Grassinai - Maison Neuve



Observations : Enseignes lumineuses en lettres découpées sobres, en hauteur sur les bâtiments pour une visibilité lointaine. En harmonie avec la volumétrie du bâtiment.



Localisation : La Madeleine - Grassinai - Maison Neuve



Observations : Logo de l'enseigne sur fronton triangulaire. Enseigne disproportionnée par rapport au bâtiment.



Localisation : Croix Desilles - La Houssaye



Observations : Enseigne illégale car dépassant de l'acrotère. Cependant, l'enseigne est simple et s'intègre au volume du bâtiment.



Localisation : Croix Desilles - La Houssaye



Observations : Enseignes illégales car dépassant de l'acrotère.

#### d) Sur toiture

Les enseignes situées sur une toiture sont principalement en terrasse dans les zones économiques mais également sur les pans ou le faîtage des bâtiments d'activités avec une toiture à double pente.



Localisation : Croix Desilles - La Houssaye



Observations : Dispositif illégal car enseigne en bandeau positionnée au dessus du faîtage (lettres non découpées).



Localisation : La Madeleine – Grassinai – Maison Neuve



Observations : Dispositif illégal car enseigne en bandeau positionnée au-dessus de l'acrotère (lettres non découpées).

### e) Sur pignon

Les enseignes situées en pignon sont visibles notamment le long des grands boulevards tel que le boulevard Charles de Gaulles, le boulevard des Talards et la rue de la Marne.



Localisation : Boulevard des Talards  
Observations : Lettres découpées sur pignon, dissimulées par de la végétation. Une partie de l'enseigne est au-dessus de l'égout du toit, et rend donc l'enseigne illégale.



Localisation : Avenue Charles De Gaulle  
Observations : Enseigne sur pignon au-dessus de la ligne de toiture d'un volume de bâtiment. Enseigne discrète par rapport à la volumétrie du bâtiment.

### f) Sur différentes façades

Les enseignes situées en angle et donc sur plusieurs façades sont visibles notamment dans les zones de centralité telles que la place Rocabey ou dans le quartier Intra-muros.



Localisation : Paramé  
Observations : Répétition de l'enseigne sur deux façades, panneaux de couleur sobre et adapté à l'architecture



Localisation : Rocabey  
Observations : Répétition de l'enseigne sur trois façades et masquant l'architecture traditionnelle. Multiplication d'informations par de nombreuses enseignes.

## 3. Les matériaux et couleurs observés

Certaines enseignes contrastent, par leur couleur ou leur matérialité avec leur environnement c'est-à-dire avec le bâtiment sur laquelle elles s'apposent ou avec l'architecture qui l'entoure.



Localisation : Talards – Rocabey – Gare  
Observations : Enseigne aux couleurs soutenues, criardes et ne s'intégrant pas à l'environnement.



Localisation : Boulevard des Talards  
Observations : Matérialité de l'enseigne en contraste avec l'environnement.

#### 4. L'utilisation de l'éclairage observée

D'autres enseignes sont particulièrement visibles de nuit et participent à l'éclairage et à l'ambiance nocturne de la ville. Plusieurs typologies sont visibles : Les enseignes en lettres découpées avec néons colorés intégrés, les enseignes avec halo de lumière en fond et les enseignes éclairées par des appliques en façade. L'utilisation des appliques est notamment fréquente dans la ville intra-muros.



Localisation : Rothéneuf  
Observations : Eclairage de l'enseigne parfaitement intégré à la devanture.



Localisation : Château Malo  
Observations : Eclairage simple de l'enseigne par projecteur.



Localisation : Talards – Rocabey – Gare  
Observations : Eclairage en applique de l'enseigne de qualité, mais un nombre de dispositifs abondant sur la façade



Localisation : La Madeleine – Grassinai – Maison Neuve  
Observations : Eclairage des lettres de l'enseigne par néons permettant d'être lisible dans le paysage urbain de zone d'activités, mais enseigne illégale car dépassant l'acrotère.



Localisation : Saint-Servan  
Observations : Enseigne en néon permanente, avec une visibilité limitée de journée et une consommation d'énergie importante.



Localisation : Intra-muros  
Observations : Eclairage de l'enseigne par projecteurs, intégrés à son environnement mais éclairée de jour engendrant une forte consommation d'énergie.



## 5. Les regroupements d'enseignes observés

Certaines parties de l'agglomération de Saint-Malo regroupent des ensembles d'enseignes. Ces ensembles présentent souvent une architecture similaire et un positionnement des enseignes utilisant des formes et parfois des polices et couleurs identiques. Ces ensembles sont visibles dans la zone économique de la Grassinais, le long du boulevard des Talards, rue de la Marne et dans le quartier de la gare.



Localisation : Rue de la Balue  
Observations : Ensemble d'enseignes de couleurs blanches, police fine sur revêtement en bois du bâtiment. Enseigne s'intégrant dans le paysage urbain et cohérent avec l'environnement.



Localisation : Quartier de la Gare  
Observations : Ensemble d'enseignes murales de type bandeau, cohérent au regard de l'architecture du bâtiment et s'intégrant parfaitement dans le paysage urbain.





Localisation : Boulevard des Talards  
Observations : Echelle et proportion des enseignes unifiées mais couleurs et motifs diversifiés



Localisation : La Madeleine – Grassinai – Maison Neuve  
Observations : Ensemble d'enseignes murales unifiées en applique positionnées à l'angle des bâtiments.

## B. La publicité et les préenseignes

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du code de l'environnement).

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (article L.581-3 du code de l'environnement).

Pour rappel, les préenseignes sont soumises aux mêmes dispositions que la publicité.

Les analyses des dispositifs de préenseigne et de publicité ont été regroupées car elles utilisent des modes d'implantations similaires :

- Les préenseignes/publicités sur le mobilier urbain
- Les préenseignes/publicités accrochées sur pylônes ou poteaux
- Les préenseignes/publicité scellées ou posées au sol
- Les préenseignes/publicité murales installées à plat

### 1. Les préenseignes/publicités rencontrées sur le mobilier urbain

Les préenseignes et publicités positionnées sur du mobilier urbain désignent les éléments suivants : les abris-bus destinés au public, les panneaux (fixes ou déroulants), les mâts porte-affiches, les kiosques, les colonnes porte-affiches destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques.

Ces dispositifs sont fréquents dans l'agglomération de Saint-Malo le long des axes routiers structurants des quartiers centraux ou des zones économiques.

Ces dispositifs apportent une unité sur le territoire par leur style uniforme et leur couleur sobre. Les matériaux sont de bonne qualité ce qui amène une durabilité dans le temps.

• **Les panneaux totem d'informations**



Localisation : La Madelein- Grassinai-  
Maison Neuve



Observation : Préenseigne le long d'un  
axe structurant sur plate-forme centrale.



Localisation : Rue de la Marne  
Observation : Publicité pour évènement  
local le long d'un axe structurant, sur  
trottoir, ne faisant pas obstacle à la  
déambulation.



Localisation : Centralité  
Observation : Publicité le long d'un axe  
structurant sur trottoir en zone  
résidentielle, ne faisant pas obstacle à la  
déambulation.



• **Les abris-bus**



Localisation : Talards - Rocabey - Gare  
Observation : Publicité face extérieure  
de l'abri-bus



Localisation : Gare  
Observation : Préenseigne face intérieure  
de l'abri-bus



- **Les panneaux sur pied de grandes dimensions**



Localisation : Talards - Rocabey - Gare  
Observation : Panneau sur mât le long d'un axe structurant



Localisation : Talards - Rocabey - Gare  
Observation : Panneau sur mât le long d'un axe structurant



## 2. Les préenseignes/publicités rencontrées sur pylône ou poteau routier

Il s'agit de dispositifs illégaux au titre de l'article R 581-22-1° du Code de l'Environnement. Ces dispositifs sont souvent d'une dimension inférieure à 2m<sup>2</sup> et fait dans des matériaux non pérennes et de mauvaise qualité. Ils sont accrochées sur divers supports publics le long des axes structurants ou dans les ronds-points.

Ces dispositifs sont fortement présents sur les secteurs commerciaux et favorisent la pollution visuelle déjà marquée sur ces secteurs.



Localisation : Croix Désilles - La Houssaye  
Observations : Publicité ponctuelle sur poteau d'éclairage au centre de l'unité foncière, sur parking. Favorise la pollution visuelle.



Localisation : La Madeleine – Grassinai – Maison Neuve  
Observations : Publicité ponctuelle sur poteau d'éclairage public en façade de l'unité foncière. Favorise la pollution visuelle.





Localisation : La Madeleine - Grassinai –  
Maison Neuve

Observations : Publicité ponctuelle sur  
panneau d'information locale autour  
d'un rond-point. Favorise la pollution  
visuelle.



Localisation : La Madeleine - Grassinai –  
Maison Neuve

Observations : Répétition des publicités  
en façade de l'unité foncière. Matériaux  
fragiles engendrant une dégradation.  
Favorise la pollution visuelle.

### 3. Les préenseignes/publicité rencontrées scellées ou posées au sol

Les préenseignes et publicités scellées ou posées au sol sont de différents types :

- Les panneaux sur pied de grandes dimensions scellés au sol
- Les bandeaux publicitaires scellés au sol (Entre 2m<sup>2</sup> et 12m<sup>2</sup>)
- Les panneaux de petites dimensions scellées au sol (< 2m<sup>2</sup>)
- Les totems
- Les panneaux temporaires signalant une opération immobilière
- Les chevalets

#### • Les panneaux sur pied de grandes dimensions scellés au sol

Ces panneaux permettent d'avoir une visibilité lointaine. Leur implantation en façade ou en cœur de l'unité foncière n'apporte pas de qualité paysagère.



Localisation : Croix Desilles-Houssaye  
Observation : Préenseigne sur un axe structurant.  
Multiplication d'information mais cohérent et  
proportionnel avec les volumes et les activités  
environnantes (bâti, aménagements, etc.)



Localisation : La Madeleine-Grassinai-Maison  
Neuve  
Observation : Préenseigne le long d'un axe routier.  
Dispositif recto-verso pas toujours exploité ce qui  
créé des écrans visuels importants.



Localisation : Croix Desilles- Houssaye  
Observation : Publicité en angle d'une unité foncière. Dispositif fortement impactant visuellement mais cohérent et proportionnel avec les volumes et les activités environnantes (bâti, aménagements, etc.)



Localisation : La Madeleine-Grassinais-Maison Neuve  
Observation : Publicité en angle d'une unité foncière. Dispositif fortement impactant visuellement mais cohérent et proportionnel avec les volumes et les activités environnantes (bâti, aménagements, etc.)

• **Les bandeaux publicitaires scellés au sol**

Les bandeaux publicitaires d'une surface supérieure à 2m<sup>2</sup> permettent d'avoir une visibilité proche et en longueur. Ils sont donc situés à des endroits stratégiques tel que les angles d'unité foncière face à des espaces d'arrêts tel que les panneaux stops ou les parkings.



Localisation : Croix Désilles - La Houssaye  
Observations : Publicité à l'angle d'unité foncière, le long d'un axe routier sur un lieu d'arrêt (panneau stop). Largeur importante du dispositif dans le paysage et couleur ne s'intégrant pas. Matériaux ne semblant pas d'être qualité suffisante pour tenir dans le temps.



Localisation : La Madeleine – Grassinai - Maison Neuve  
Observations : Publicité dans l'unité foncière face à des places de parkings. Intégration dans un aménagement paysager et à forte proximité de l'établissement dont il est question. Matériaux de la structure et du dispositif de qualité.

• **Les panneaux de petite dimension scellés au sol**

Les panneaux d'une surface inférieure à 2m<sup>2</sup> sont utilisés principalement pour les pré-enseignes. Ils sont installés au centre des unités foncières, sur les parkings ou les voies d'accès secondaires.



Localisation : Campus Maréchal Juin  
Observations : Préenseigne en limite d'espace public. Dispositif instable.



Localisation : La Madeleine – Grassinai - Maison Neuve  
Observations : Préenseigne à l'angle d'unité foncière. Matériaux durables, multiplication des pré-enseignes sur un dispositif sans uniformité.

• **Les totems**

Le totem d'une hauteur de 2 mètres environ est particulièrement utilisé pour la pré-enseigne en utilisant des symboles fléchés. Sa hauteur lui permet d'être un point de repère dans le paysage et d'être visible depuis ses deux faces. Le totem est implanté le long des axes structurants ou à l'entrée des parkings plus particulièrement dans les zones économiques.



Localisation : Croix Désilles - La Houssaye  
Observations : Préenseigne aux couleurs soutenues et masqué en partie basse par la végétation. Dispositif illégal car situé hors-agglomération



Localisation : La Madeleine – Grassinai - Maison Neuve  
Observations : Préenseigne aux couleurs sobres et à la matérialité durable.

• **Les panneaux temporaires signalant une opération immobilière**

Les plots en béton sont utilisés particulièrement pour les panneaux temporaires signalant une opération immobilière. Ce dispositif est positionné sur le domaine public ou privé.



Localisation : Talards – Rocabey - Gare  
Observations : Préenseigne située sur le domaine public, devant un passage piéton et à l'angle d'une intersection. Les matériaux bruts marquent fortement la temporalité du dispositifs.



Localisation : Rue de la Balue  
Observations : Préenseigne située sur le domaine privé, à l'angle de l'unité foncière. La matérialité brute marque fortement la temporalité du dispositif. Volume cohérent avec son environnement.



• **Les chevalets**

Les chevalets sont utilisés notamment pour les publicités, ils sont des dispositifs mobiles. Ils sont positionnés sur l'espace public devant le seuil de l'enseigne. De faible hauteur, le chevalet peut aussi contraindre la circulation piétonne et particulièrement celles des personnes à mobilité réduite. Ils sont utilisés en zones économiques ainsi que dans les quartiers centraux.



Localisation : La Madeleine- Grassinai- Maison Neuve  
Observations : Publicité à proximité du seuil du magasin gênant la circulation piétonne.



Localisation : Patton-Balue-Marne  
Observations : Publicité à proximité du seuil du magasin sur l'espace public. Localisation intérompant la continuité piétonne.





Localisation : Patton – Balue - Marne

Observations : Dispositif publicitaire instable ne s'intégrant pas dans le paysage urbain

#### 4. Les préenseignes/publicité rencontrées installées à plat

Les préenseignes/publicités installées à plat peuvent être de différents types :

- Les panneaux de grandes dimensions sur bâti
- Les bâches sur clôture aveugle ou non-aveugle

##### • **Sur bâti**

**Les préenseignes/publicité murales sur bâti** ont une surface maximale de 12m<sup>2</sup>. Ces panneaux s'apposent à plat contre le mur d'un immeuble ou de l'enseigne. Ils peuvent servir à signaler une activité ou à faire de la publicité. Ces panneaux se situent également dans les zones économiques plus particulièrement dans les entrées de ville ou le long des axes structurants. Ces panneaux positionnés en hauteur sont visibles de loin par les automobilistes.



Localisation : La Madeleine – Grassinai – Maison Neuve

Observations : Publicité sur bâti en tôle. Dispositif illégal car façade non aveugle.



Localisation : Patton – Balue - Marne

Observations : Publicité sur architecture traditionnelle. Une attention est à porter sur la hauteur de fixation par rapport à l'égout du toit.

• **Sur clôture aveugle ou non-aveugle**

Les bâches sont utilisées pour les préenseignes et plus fréquemment pour les publicités. Elles sont fixées sur des clôtures non-aveugles (et donc illégales) à une faible hauteur ou sur des façades opaques avec une hauteur importante. Elles sont implantées en façade ou au centre de l'unité foncière, tournées vers les axes structurants. Elles se situent principalement dans les zones économiques.



Localisation : Boulevard général De Gaulle



Observations : Publicité en façade d'une unité foncière. Bâche installée sur clôture non aveugle illégale.



Localisation : Intra-muros



Observations : Publicité sur garde-corps interdite. Le dispositif masque l'architecture de la façade.

5. Les autres supports observés

D'autres dispositifs sont visibles notamment dans les zones d'habitats pour signaler des activités à domicile ponctuelle. Les dispositifs le plus souvent instables sont accrochés en façade de l'unité foncière sur les clôtures ou la végétation.

D'autres sont caractéristiques des activités de plages et se composent de panneaux horizontaux de faible hauteur accrochés au sol.



Localisation : Talards-Rocabey-Gare

Observations : Publicité posée dans haie végétale, non stable



Localisation : Intra-muros

Observations : Publicité sur panneaux de séparation d'une activité de plages. Ensemble des panneaux uniformes (taille, couleurs, matériaux, etc.)

## III. Constats issus du diagnostic

Le recensement de la publicité et des préenseignes permet une analyse précise des dispositifs présents incluant le mobilier urbain.

### A. Constat concernant la publicité

#### 1. Chiffres-clés

Pour les publicités, le nombre de dispositifs relevés est de 375 au jour du recensement.

- 375 publicités recensées dont 3 hors agglomération
- 160 dispositifs illégaux dont 118 pancartes /drapeaux et chevalets et parmi eux 75 chevalets 15 banderoles /bâches (ces chiffres sont variables, car il s'agit souvent de supports amovibles et temporaires).

Type	Nombre	Type	Nombre
affiche	12	Mobilier urbain d'affichage	5
banderole / bâche	22	Mobilier urbain arrêt de bus	52
chevalet	75	Mobilier urbain totem	63
chevalet + drapeau	2	Total Mobilier urbain	120
drapeau	7	Totem/enseigne /polystyrene-résine	3
pancarte	50	voiture	1
Panneau (dont 4X3)	82 (46)		
<b>TOTAL</b>		<b>375</b>	

dimensions	nombre
<2m <sup>2</sup>	136
De 2 à 12 m <sup>2</sup>	181
>12m <sup>2</sup>	58
total	375

## 2. Exemples de dispositifs observés



Scellée au sol  
Secteur Talards – Rocabay - Gare



Sur mur  
Avenue de la Marne



Sur abri voyageur (Mobilier Urbain)  
Secteur Gare



Affichage sauvage  
Secteur Croix Désilles



Sur Totem (Mobilier Urbain)  
Rue de La Marne



Affichage libre  
Secteur Saint Servan



Bâche publicitaire  
Secteur Intra muros



Boulevard du Général de Gaulle

## B. Constat concernant les préenseignes

### 1. Chiffres-clés

Pour les pré-enseignes le nombre de dispositifs relevés est de 117 au jour du recensement, parmi lesquels :

- 110 préenseignes recensées dont 13 hors agglomération.
- En ce qui concerne les informations touristiques, il a été constaté la présence de 6 dispositifs dans la partie agglomérée de la commune
- 42 dispositifs illégaux : il s'agit de panneaux (18) et de pancartes (15) (ce chiffre est variable car il s'agit de dispositifs temporaires)

Type	Nombre
affiche	3
chevalet	4
pancarte	24
panneau	53
Mobilier urbain arrêt de bus	1
Mobilier urbain totem	17
Total Mobilier urbain	18
Peinture murale 4X3	1
totem	7
TOTAL	110

dimension	nombre
<2m <sup>2</sup>	38
De 2 à 12 m <sup>2</sup>	57
>12m <sup>2</sup>	15
total	110

### 2. Exemples de dispositifs observés



Préenseigne  
Secteur La Madeleine- Grassinai-Maison neuve



Intra muros

## C. Constat concernant les enseignes

### 1. Chiffres-clés

Pour les enseignes le nombre de dispositifs relevés est de 231 au jour du recensement.

### 2. Exemples de dispositifs observés



Perpendiculaire et à plat  
Secteur Boulevards des Talards



Perpendiculaire et à plat en façade  
Secteur Intra-muros



Scellée au sol  
Secteur Croix Desilles-La Houssaye



Lumineuse  
Secteur Talards – Rocabay – Gare



En toiture  
Secteur Croix Desilles-La Houssaye

## D. Synthèse

Comme on peut le constater, il existe de nombreux projets isolés ou plus largement déployés qui sont satisfaisants voire très satisfaisants.

Les beaux projets existent dans le secteur de la gare : il s'agit d'exemples à mettre en exergue (enseignes découpées par exemple). Ce résultat n'est pas le fruit d'un hasard. Il a nécessité un travail en amont qui a pu être réalisé entre les services de la ville et les pétitionnaires. De la même manière sur le projet de Retail Parc de Cezembre, l'accompagnement des pétitionnaires a été déterminant pour la réussite du projet.

Il faut souligner également la présence de contre-exemples souvent explicables par leur ancienneté (avant même le RLP de 1996). Pour plus d'objectivité il faut rappeler leur caractère isolé et rare.

Le diagnostic a permis de qualifier ce qui est critiquable en rappelant que dans certains cas, l'objet est le produit d'un droit acquis ou qu'il date d'une époque différente.

Les cas d'illégalité permettront d'orienter le travail dans le cadre de l'élaboration du RLP. Ce constat conduira à une meilleure prise en charge.

Créer les conditions d'une gestion cohérente, efficace et claire sera le gage d'une politique mieux comprise et acceptée.

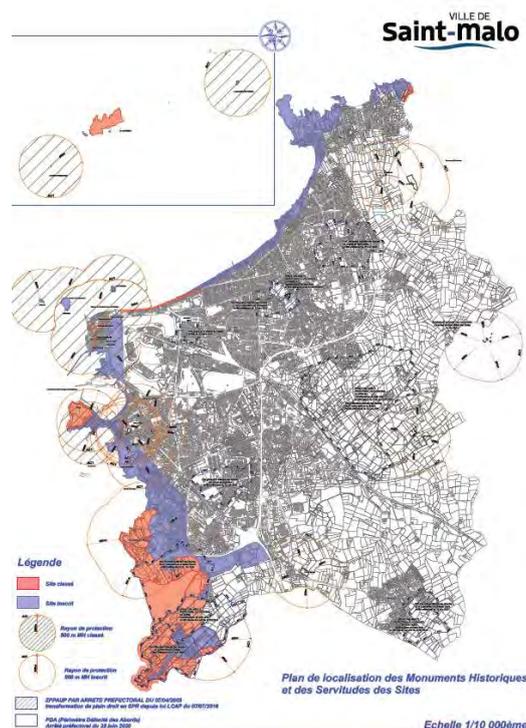
## IV. Analyse du territoire malouin

Le territoire malouin a un territoire riche issu de son histoire, notamment de la fusion de 3 anciennes communes, ayant apportées chacune leurs particularités, mais aussi des usages des différents espaces.

Ainsi sont identifiables les secteurs patrimoniaux et naturels protégés, les quartiers de vie et les secteurs économiques.

### A. Les sites patrimoniaux

La carte ci-après recense et localise la présence de ces zones sur le territoire de Saint-Malo.



## B. Les monuments historiques et sites classés

La commune est concernée par la présence de monuments historiques classés ou inscrits en application de la loi du 31 décembre 1913 modifiée.

Ces monuments bénéficient d'une servitude de protection du champ de visibilité. Qu'il soit classé ou inscrit, le monument historique déploie autour de lui un rayon de protection de 500 mètres de large. Ce périmètre est mis en place pour préserver les caractéristiques du site dans lequel est implanté le monument.

### Liste des monuments et sites classés et/ou inscrits :

Le dernier site dont la confirmation de son classement a été connu en 2022 est le site de la Briantais, site cher aux malouins.

Blaterie (rue de la)	Cathédrale Saint-Vincent (ancienne)	Cathédrale à l'exclusion du clocher : classement par arrêté du 26 octobre 1910-Porte située autrefois dans la cour de l'Hôtel-Dieu rue Saint-Sauveur, datée de 1625 et déposée dans la cathédrale : inscription par arrêté du 14 février 1946-Portail de l'ancienne chapelle Sainte-Anne-des-Ursulines déposé et entreposé au Sud-Ouest de la cathédrale : inscription par arrêté du 14 février 1946	classé inscrit inscrit	<b>26 octobre</b> <b>14 février</b> <b>14 février</b>	<b>1910</b> <b>1946</b> <b>1946</b>
Saint-Aaron (place) 3, anciennement Saint-Benoît (rue)	Chapelle Saint-Aaron	Chapelle Saint-Aaron : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	<b>14 février</b>	<b>1946</b>
	Château de la Chipaudière	Façades et toitures du manoir et des communs ; escalier avec sa rampe en fer forgé ; salle à manger avec décor de boiseries et bureau avec décor de toiles de Jouy ; au rez-de-chaussée, chambre avec son décor de cuir de Cordoue ; à l'étage, chapelle ; jardin ordonnancé avec pièces d'eau (cad. W 120 à 122, 131) : classement par arrêté du 2 février 1982	classé	<b>2 février</b>	<b>1982</b>
Boscq (Le)	Château du Boscq	Ensemble du château et son parc, avec ses murs de clôture (cad. BC 10, 174 à 196) : inscription par arrêté du 19 octobre 1994	inscrit	<b>19 octobre</b>	<b>1994</b>
	Château et fortifications	Remparts et château : classement par arrêté du 12 juillet 1886-Remparts comprenant les courtines, les tours (parties en façade sur l'extérieur seulement) et les portes : classement par arrêté du 20 août 1913-Château comprenant l'enceinte, c'est-à-dire courtine, tours et porte (parties en façade) ; intérieur des tours ; grand donjon (bâtiment A intérieur et extérieur) : classement par arrêté du 20 août 1913-Fortifications s'appliquant à tous les terrains du domaine militaire de la fortification depuis la pointe du château jusqu'au môle des Noires côté de la mer : classement par arrêté du 2 septembre 1921	classé classé classé classé	<b>12 juillet</b> <b>20 août</b> <b>20 août</b> <b>2 septembre</b>	<b>1886</b> <b>1913</b> <b>1913</b> <b>1921</b>
Vieux-Remparts (rue des) 9, anciennement 8	Couvent des Récollets (ancien)	Façades ; restes du cloître ; portail de la cour ; pont sur la rue et toitures (cad. AB 236) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	<b>14 février</b>	<b>1946</b>
	Couvent Notre-Dame-des-Victoires (ancien) ou ancienne caserne des Victoires	Ancienne caserne de la Victoire, dite aussi ancien couvent de la Victoire : inscription par arrêté du 2 août 1929-Paroi supportant une peinture murale qui représente L'Annonce aux Bergers située dans la tribune de la chapelle de l'ancien couvent (cad. A 11) : classement par arrêté du 24 mars 1962	inscrit classé	<b>2 août</b> <b>24 mars</b>	<b>1929</b> <b>1962</b>
	Église Saint-Ideuc	Église Saint-Ideuc (cad. J 100) : inscription par arrêté du 5 novembre 1970	inscrit	<b>5 novembre</b>	<b>1970</b>
Saint-Sauveur (rue) 8	Église Saint-Sauveur (ancienne chapelle de l'Hôtel-Dieu)	Église Saint-Sauveur (ancienne chapelle de l'Hôtel-Dieu) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	<b>14 février</b>	<b>1946</b>
Jeanne-Jugan (rue), Fontaine (rue de la)	Église Sainte-Croix	Église Sainte-Croix (cad. AI 1) : inscription par arrêté du 17 décembre 1970	inscrit	<b>17 décembre</b>	<b>1970</b>
	Fort de la Conchée	Fort de la Conchée (cad. AH 6) : classement par arrêté du 13 septembre 1984	classé	<b>13 septembre</b>	<b>1984</b>
	Fort du Petit Bé	Fort du Petit Bé : classement par arrêté du 29 octobre 1921	classé	<b>29 octobre</b>	<b>1921</b>
	Fort national et son enceinte	Fort national : classement par arrêté du 17 mai 1906-Murs d'enceinte du fort : classement par arrêté du 20 août 1913	classé	<b>17 mai</b> <b>20 août</b>	<b>1906</b> <b>1913</b>

André-Desilles (rue) 2, anciennement Epine (rue de l')	Hôtel André-Desilles (ancien)	Puits, autrefois situé dans la cour de l'Hôtel Dieu, et remonté en 1988 devant la façade de l'hôtel : inscription par arrêté du 12 mai 1927-Façades de la maison, située auparavant 9 rue de l'Epine et 9 rue de la Fosse, reconstruites à l'identique sur le côté Ouest de l'hôtel : inscription par arrêté du 14 février 1946-Façades et toitures : classement par arrêté du 14 octobre 1946	inscrit inscrit classé	12 mai 14 février 14 octobre	1927 1946 1946
Asfeld (rue d') 5;Toulouse (rue de) 4;Chartres (rue de) 2	Hôtel d'Asfeld	l'Hôtel Magon de la Lande en totalité (cad. AB 142, 143, 144) : classement par arrêté du 25 février 2000	classé	25 février	2000
Chateaubriand (rue de) 3	Hôtel de la Gicquelais (maison natale de Chateaubriand)	Hôtel de la Gicquelais (maison natale de Chateaubriand) (cad. AC 72) : classement par arrêté du 23 mars 1964	classé	23 mars	1964
Saint-Philippe (rue) 1	Hôtel de Surcouf (ancien Hôtel de Beaugeard)	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Ville-Pépin (rue) 8	Hôtel du Pélican (ancien)	Façades et toitures (cad. A 659) : inscription par arrêté du 5 juin 1964	inscrit	5 juin	1964
Asfeld (rue d') 7, anciennement 4	Hôtel particulier	Façades sur rue et sur cour et toitures : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Grands-Degrés (rue des) 7, anciennement 4	Immeuble	Façade et toiture : inscription par arrêté du 17 février 1950	inscrit	17 février	1950
Grands-Degrés (rue des) 13,15, anciennement 6	Immeuble	Façade et toiture : inscription par arrêté du 17 février 1950	inscrit	17 février	1950
Grands-Degrés (rue des) 15bis, anciennement 8	Immeuble	Façade et toiture : inscription par arrêté du 17 février 1950	inscrit	17 février	1950
Lauriers (rue des) 5, anciennement Harpe (rue de la) 7	Immeuble	Façade sur rue des Lauriers (cad. AB 296) : inscription par arrêté du 27 février 1946	inscrit	27 février	1946
La-Houssaye (cour) 6	Immeuble	Façades sur cour et toitures correspondantes : inscription par arrêté du 4 novembre 1955	inscrit	4 novembre	1955
Grands-Degrés (rue des) 17, anciennement 14	Immeuble	Façade et toiture : inscription par arrêté du 17 février 1950	inscrit	17 février	1950
Saint-Benoît (rue) 8, anciennement 18	Maison	Façade : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Orléans (rue d') 10, anciennement 7;Dinan (rue de) 1	Maison	Façades : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Saint-Philippe (rue) 2	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Saint-Philippe (rue) 3	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées (cad. AB 207 à 209) : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Malé-de-la-Bourdonnais (rue) 2, anciennement 6	Maison	Porte sculptée datée de 1652 : inscription par arrêté du 25 mars 1935	inscrit	25 mars	1935
Orme (rue de l') 3, anciennement 16	Maison	Façade et toiture : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Orléans (rue d') 5, anciennement 2	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Saint-Philippe (rue) 4	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Point-du-Jour (rue du) 7, anciennement 21	Maison	Façade et toitures : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Orléans (rue d') 7, anciennement 4	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées (cad. AB 183, 185) : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Orléans (rue d') 8, anciennement 5	Maison	Façades et toitures ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Orléans (rue d') 3, anciennement 1	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Saint-Vincent (rue) 3, anciennement 1bis	Maison	Façade : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Robert-Surcouf (rue) 6, anciennement 5	Maison	Façade et toiture : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946

Toulouse (rue de) 20, anciennement 14;Dinan (rue de) 3,5	Maison	Façades (cad. AB 193) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Saint-Philippe (rue) 5	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Boursaint (rue) 2, anciennement 15;Petits-Degrés (rue des) 11	Maison	Façade (cad. AB 333) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Corne-de-Cerf (rue de la) 18, anciennement Jean-de-Chatillon (rue) 22	Maison	Façades sur rue et sur cour ; toitures ; niche d'angle (cad. AC 52) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Chartres (rue de) 1, anciennement 10	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées (cad. AB 145) : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Dinan (rue de) 4, anciennement 2;Toulouse (rue de) 22	Maison	Façades (cad. AB 216) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Dinan (rue de) 6, anciennement 4;Toulouse (rue de) 21	Maison	Façades et toitures (cad. AB 384) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Corne-de-Cerf (rue de la) 16, anciennement Jean-de-Chatillon (rue) 20	Maison	Façades et toitures (cad. AC 51) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Pélicot (rue) 5, anciennement 9	Maison	Façade et toiture : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Orléans (rue d') 9, anciennement 6	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées (cad. AB 190) : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 août	1942
Saint-Benoît (rue) 6, anciennement 14,16	Maison	Façades (cad. AC 227) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Asfeld (rue d') 1, anciennement 12	Maison	Façades et toitures, lucarnes, souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Chateaubriand (rue de) 11, anciennement 9	Maison	Façades sur rue et sur cour ; escalier ; toitures (cad. AC 67) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Chateaubriand (place) 6, anciennement 4,Saint-Vincent (rue) 1	Maison	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Victoire (rue de la) 8, anciennement 14	Maison	Façade et toiture : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Mahé-de-la-Bourdonnais (rue) 1, anciennement 3	Maison	Façades et toitures : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Petits-Degrés (rue des) 9, anciennement 6;Boursaint (rue) 1	Maison	Façades et toitures (cad. AB 96) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
La-Houssaye (cour) 10	Maison	Façades ; pavillon d'angle ; mur de clôture ; portail et toitures : inscription par arrêté du 14 février 1946-plafond peint du 17e siècle (AC 28) : inscription par arrêté du 20 mars 1995	inscrit inscrit	14 février 20 mars	1946 1995
Puits-aux-Brâies (rue du) 10, anciennement 9;Boursaint (rue)	Maison	Façades et toitures : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Fosse (rue de la) 2, anciennement 21;Toulouse (rue de) 9	Maison	Façades et toitures : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Saint-Thomas (rue) 6	Maison	Façade et toitures : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Grands-Degrés (rue des) 2, anciennement 17;Cordiers (rue des)	Maison	Façades et toitures : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Le-Pailleur (rue) 2	Maison	Mansardes et greniers dans lesquels Jeanne Jugan fonda l'oeuvre des Petites Soeurs des Pauvres (cad. A 589) : inscription par arrêté du 23 mai 1951	inscrit	23 mai	1951

	Maison de Jacques Cartier, dite Les Portes Cartier	Maison de Jacques Cartier, dite Les Portes Cartier (cad. Q 72, 73) : inscription par arrêté du 21 février 1940	inscrit	21 février	1940
La-Houssaye (cour) 2	Maison de la Duchesse Anne	Maison de la Duchesse Anne (cad. AC 21) : inscription par arrêté du 17 avril 1931	inscrit	17 avril	1931
Fosse (rue de la) 4, anciennement 19	Maison dite du Gouverneur	Façade et toitures (cad. AB 40 à 42) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
13 avenue Jean Jaurès	Maison du Peuple	Maison du Peuple, en totalité : inscription par arrêté du 16 novembre 2011 (cad. AK 322).	inscrit	16 novembre	2011
Chat-qui-Danse (rue du) 2, anciennement Bel-Air (rue) 2	Maison natale de Surcouf	Maison natale de Surcouf : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Dinan (rue de) 12	Maison ou Hôtel de Brevest	Façades et toitures ; escalier intérieur ; grand salon et salle à manger du premier étage avec leurs décors ; grand salon et salle à manger du deuxième étage avec leurs décors (cad. AB 232) : inscription par arrêté du 9 février 1970	inscrit	9 février	1970
Toulouse (rue de) 12, anciennement 8	Maison ou Hôtel de la Grassinaye	Façades et toitures (cad. AB 166) : inscription par arrêté du 14 février 1946	inscrit	14 février	1946
Feydeau (rue) 2, Orléans (rue d') 4	Maison ou Hôtel de la Sauldre	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées (cad. AB 154 à 156) : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Guy La Chambre (place) 2	Maison ou Hôtel Hay	Façades et toitures ; lucarnes ; souches de cheminées : inscription par arrêté du 31 janvier 1942	inscrit	31 janvier	1942
Auguste Renoir (rue)	Malouinière de Château Doré	Façades et toitures du logis de Château Doré, escalier intérieur du logis (cad. DB 39) : inscription par arrêté du 02 mars 2001	inscrit	2 mars	2001
La Rivière	Malouinière de La Rivière	Le logis, les dépendances, la cour, le jardin et les murs de clôture en totalité (cad. YA 184, 185, 186, 188) : inscription par arrêté du 13 juillet 2000	inscrit	13 juillet	2000
Dreux (rue) 26	Malouinière de La Verderie	Le logis et le jardin clos de murs en totalité (cad. BP 66) : inscription par arrêté du 13 juillet 2000	inscrit	13 juillet	2000
Jacques Hesry (rue) 4 ; de Rousse (rue) 5	Malouinière de Rivasselou	Le logis principal, les terrasses du jardin, le mail avec son pavillon néo-classique et le mur de clôture en totalité (cad. DA 843) : inscription par arrêté du 13 juillet 2000	inscrit	13 juillet	2000
Hameau de Saint-Etienne	Malouinière du Puits Sauvage	Malouinière Le Puits Sauvage, au hameau de Saint-Etienne : logis et communs, cour et murs clôturant la propriété (cad. C 144 à 146, 149) : inscription par arrêté du 9 octobre 1990	inscrit	9 octobre	1990
7 rue Jean XXIII	Malouinière Le Valmarin	Le logis pour ses façades et toitures, le portail d'entrée, la cour d'entrée et le jardin pour leurs sols d'assiette et leurs murs de clôture. (Cad. BM n° 641). : inscription par arrêté du 14 novembre 2013	inscrit	14 novembre	2013
Géme (rue du) 4	Manoir à l'Evêque	Façades et toitures (sauf communs) ; escalier et lambris du rez-de-chaussée (salon et salle à manger) (cad. BR 188) : inscription par arrêté du 26 décembre 1989	inscrit	26 décembre	1989
	Manoir de la Glais	Façades et toitures (cad. DI 159) : inscription par arrêté du 30 mars 1976	inscrit	30 mars	1976
	Phare du Grand-Jardin.	En totalité. (Cad. AE parcelle n°1) : arrêté de classement au titre des monuments historiques du 3 octobre 2012	classé	3 octobre	2012
	Tombeau de Chateaubriand et ensemble de l'îlot du Grand Bé	Tombeau de Chateaubriand et ensemble de l'îlot du Grand Bé : classement par arrêté du 24 novembre 1954	classé	24 novembre	1954

	Tombeau de Chateaubriand et ensemble de l'îlot du Grand Bé	Tombeau de Chateaubriand et ensemble de l'îlot du Grand Bé : classement par arrêté du 24 novembre 1954	classé	24 novembre	1954
Aleth (rue d')	Tour Solidor et ouvrages avancés	Tour Solidor et ouvrages avancés (enceintes, ponts et dépendances) : classement par arrêté du 12 juillet 1886	classé	12 juillet	1886
Cité (place de la)	Vestiges archéologiques de la cathédrale d'Aleth	Ensemble des vestiges archéologiques de la cathédrale en totalité, hormis ceux qui sont déjà inscrits par arrêté du 16 octobre 1945 sous la désignation "ruines de la chapelle Saint-Pierre", ainsi que la parcelle sur laquelle sont situés ces vestiges (cad. BL 77) : inscription par arrêté du 19 juillet 1996 ; Chapelle Saint-Pierre (ruines) : inscription par arrêté du 16 octobre 1945	inscrit		

## C. Le Site Patrimonial Remarquable (SPR)

Le territoire comprend une Zone de Protection du Patrimoine Architectural et Paysager (ZPPAUP) créée par un arrêté préfectoral du 7 avril 2003. La ZPPAUP couvre quatre secteurs. Elle fut automatiquement transformée en Site Patrimonial Remarquable (SPR) avec la loi du 7 juillet 2016.

Les 4 secteurs couverts sont :

- Le secteur du Bosq,
- Le secteur de Château doré,
- Le secteur de la Rivière,
- Le secteur de Rivasselou.

La zone de protection comporte des prescriptions particulières en matière d'architecture et de paysage. Le dossier de ZPPAUP est annexé au dossier de PLU en annexe n°6.4.2.

## D. Le quartier Intra-muros

Ce quartier est un ensemble urbain dense et cohérent, c'est une identité à part entière dans le paysage urbain de Saint-Malo et facilement identifiable depuis les alentours. Ce quartier ancien cerclé de remparts est construit sur un rocher de granit.

Ce secteur constitue l'élément touristique majeur de Saint-Malo. De nombreux commerces et restaurants y sont installés au rez-de-chaussée des immeubles. Les remparts de la ville offrent des vues privilégiées sur l'extérieur de la ville (la Rance, la Manche, les quartiers de Saint-Servan et Paramé) mais également sur le patrimoine intérieur de ce quartier fortifié.





## E. Les sites naturels

La Ville de Saint-Malo de par la configuration de son environnement dispose d'un patrimoine naturel conséquent, en lien avec ses façades maritimes, incluant l'estuaire de la Rance.

Cet environnement constitue un élément fort de l'identité du territoire qui doit impérativement être protégé de la pollution visuelle.

Le territoire compte plusieurs sites classés en Zone Naturelle d'intérêt Ecologique Faunistique et Floristique (ZNIEFF) :

- Le Havre de Rothéneuf
- L'estuaire de la Rance
- L'île de Cézembre

La point de la Varde, située au Nord-Est de la commune est quant à elle est une zone Natura 2000, et le parc de la Briantais, en bordure de la Rance, qui vient d'être protégé.

Les parcs et coulées vertes de Saint-Malo font également partis intégrantes de la valeur environnementale au cœur de la ville. Ces lieux offrent aux malouins une interface essentielle avec la nature et renforce la qualité de vie sur le territoire.



Coulée verte de la Hulotais



Parc des Chênes

## F. Les quartiers de vie

### 1. Saint-Servan

Le quartier de Saint-Servan se situe à l'Ouest de la commune et sa principale spécificité est marquée par la présence du littoral de la Rance. Le littoral est très escarpé et la topographie offre de nombreux points de vue. L'architecture du quartier est très riche, on y recense de nombreux manoirs, gentilhommières, maisons de plaisance, etc.

Ce quartier est diversifié : résidentiel, commerçant et touristique. Son centre est très urbain et présente une artère commerçante structurée. La rue semi piétonne « Ville Pépin » est relativement étroite, les façades sont hautes et les rez-de-chaussée occupés par des petites surfaces commerciales (textile, librairie, parfumerie, superette...).



### 2. Paramé

Le quartier de Paramé était un petit bourg rural jusqu'en 1880. Son développement est principalement lié à la construction de bâtiments balnéaires touristiques. Paramé est à la fois ouvert sur la mer et sur sa campagne.

Le secteur d'habitat balnéaire est aujourd'hui bien conservé, au nord de Paramé et bien sûr en lien avec le littoral. Le secteur centre reste marqué par sa fonction de bourg, avec un commerce alimentaire très présent et diversifié.

La qualité architecturale, la proximité de la plage et la présence de commerces et services confèrent une réelle attractivité à ce quartier, notamment pour les touristes.





### 3. Gare - Rocabey

Ce secteur se situe sur les anciens marais asséchés. L'urbanisation récente de ce secteur gagné sur la mer est marquée par la présence de grandes emprises portuaires ou d'équipements publics. En effet, on y trouve à l'ouest le port et des entreprises industrialo-portuaire, au centre une médiathèque et un cinéma, « la Grande Passerelle », et bien entendu la gare elle-même.

Le quartier Gare-Rocabey n'est pas homogène du point de vue du bâti ; autour de la gare et le long des boulevards des Talards et de la République le bâti est dense et relativement ancien, les rez-de-chaussée étant occupés par des commerces (bar, restauration rapide notamment). De nouvelles opérations transforment progressivement le paysage urbain et accueillent de nouveaux logements et commerces permettant de dynamiser le quartier.



## G. Les secteurs économiques

### 1. Les entrées de ville

Du fait de sa situation géographique, la commune de Saint-Malo constitue un lieu d'arrivée plus qu'un lieu de passage. Les entrées de ville sont des territoires marqués par la circulation automobile et sont constituées aussi bien des axes pénétrants majeurs (RD137, RD2, RD355, rue de la Balue, rue Jean-Pierre de Triquerville, boulevard des Déportés) que du boulevard ceinturant l'agglomération (RD168, avenue du Général De Gaulle, avenue du Marchal Juin). Elles sont un enjeu majeur par l'image du territoire qu'elles renvoient.

Sur le territoire de Saint-Malo, ces entrées de ville possèdent un fort impact économique par les nombreuses zones d'activités qu'elles traversent et par les devantures commerciales implantées le long de ces axes. Elles sont également les axes privilégiés pour les dispositifs de publicités car leurs fréquentations sont élevées.



## 2. Les zones d'activités

La ville de Saint-Malo présente un secteur économique dynamique, notamment d'un point de vue commercial. De nombreuses zones d'activités et commerciales se sont développées aux pourtours de la ville, et principalement aux entrées de ville.

Les zones d'activités commerciales sont sans nul doute à moins grande valeur patrimoniale. Dès lors cette double caractéristique peut conduire à envisager un corpus règlementaire moins complexe et exigeant que celui concernant les secteurs patrimoniaux ou d'habitat.

Certaines limites ne sont pas pour autant inutiles et un cadre renouvelé du RLP peut conduire à imiter certaines démarches assez exemplaires rencontrées sur le territoire.

Les bons exemples comme les mauvais qui sont des cas souvent isolés ou assez anciens peuvent éclairer sur les règles à envisager.



# LES ENJEUX ET OBJECTIFS

Saint-Malo dispose d'un cadre de vie remarquable à bien des égards et les dispositifs publicitaires ou enseignes impactent inévitablement ses paysages. La mise en révision de son RLP doit permettre de renforcer la protection apportée, en corrélation avec les évolutions du territoire et des objectifs inscrits dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables.

## I. Les enjeux

Suite aux analyses issues du diagnostic et de l'observation faite du territoire, il est possible de poser pour la ville de Saint-Malo les enjeux suivants :

- Il est important de simplifier la réglementation applicable pour les publicités, préenseignes et enseignes sur la ville de Saint-Malo, ainsi que de l'adapter aux évolutions du territoire.  
Le RLP de 1996 et son zonage ainsi que la réglementation nationale ne sont plus adaptés à la situation locale. Il est donc essentiel de dessiner un zonage montrant la réalité du territoire aujourd'hui et permettant de prendre en compte la nouvelle centralité, ainsi que de préserver les sites ayant une valeur patrimoniale et naturelles accrue.  
La réglementation doit également être claire et faciliter ainsi son appropriation par les usagers pour en avoir une meilleure application.
- Saint-Malo accueillant un tissu économique et commercial dense et varié, il est donc essentiel de permettre à ces établissements de continuer à exercer sereinement. Il est de plus important pour le territoire de soutenir l'attractivité économique du territoire.  
Les zones accueillant les activités économiques et commerciales doivent permettre une bonne lisibilité de l'information sans perdre de vue la qualité des espaces que cela soit en centre-ville ou en périphérie.
- Les technologies supportant la publicité et les préenseignes ont fortement évolué dernièrement avec, notamment le développement de l'utilisation des supports numériques. Cependant ces dispositifs ont un impact non négligeable sur leur environnement et leurs conditions d'implantation doivent être contrôlées.
- La multiplication des supports publicitaires et de l'affichage sauvage est également un point de surveillance important. Le nombre de dispositifs illégaux a ainsi fortement augmenté et il est nécessaire de rappeler les interdictions posées par la réglementation nationale et appliquer les mesures idoines en local.
- En ce qui concerne les enseignes, le constat a été fait que la situation était satisfaisante globalement sur Saint-Malo. Un travail d'accompagnement des pétitionnaires par la ville, ainsi que la prise de conscience par les professionnels locaux de l'impact de la qualité de l'environnement sur l'attractivité de leur propre activité, a permis de sauvegarder la qualité des enseignes et plus largement des devantures.  
Cependant une certaine vigilance doit demeurer sur les zones de périphérie, afin que les espaces puissent gagner en lisibilité.

## II. Les objectifs

Déoulant des enjeux posés par le diagnostic, les objectifs fixés par la délibération prescriptive du 1er octobre 2015 sont les suivants :

- Mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale.
- Maitriser l'implantation de la publicité, des enseignes et pré enseignes sur le territoire de Saint-Malo.
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural et paysager de la Ville de Saint-Malo en prescrivant des règles adaptées au centre-ville, aux quartiers historiques et aux secteurs de sensibilité paysagère.
- Trouver une cohérence avec la révision en cours du PLU ainsi qu'avec les démarches environnementales en cours (plan de végétalisation, plan biodiversité, démarche de labellisation Plan Climat Air Energie) en harmonisant les règlements et les zonages des 2 documents (PLU et RLP).
- Garantir le développement économique et commercial de la ville, notamment pour les quartiers centraux (Intra-muros, Saint-Servan, Paramé- centre et Courtoisville, quartier Gare-Rocabey).
- Limiter la densification de l'affichage le long des axes structurants.
- Limiter la présence de dispositifs de publicité lumineuse.
- Encourager la réalisation d'économies d'énergie en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux.

# LES ORIENTATIONS

## I. Valoriser les secteurs marqueurs de l'identité malouine

L'identité malouine est notamment représentée par ses sites patrimoniaux mais également par ses quartiers de vie. La préservation des points de vue et des bâtis est primordial.

Cette orientation fait écho à l'axe 1, « s'engager pour un développement de territoire en harmonie avec sa géographie et son socle environnemental, et à l'axe 2, « préserver et valoriser les patrimoines, socle de l'identité malouine » inscrits au Projet d'Aménagement et du Développement Durables. Elles s'appuient également sur les objectifs et les actions des plans de végétalisation et biodiversité.

### A. Protéger le patrimoine et l'architecture

L'objectif est de préserver la qualité des visuels sur le patrimoine bâti et de permettre sa mise en valeur en limitant la publicité et en encadrant l'implantation des mobiliers urbains.

Le traitement des enseignes doit être particulièrement qualitatif et permettre l'intégration des dispositifs au bâti sur lequel ils sont positionnés ainsi que dans l'environnement du quartier environnant.

Les zonages devront permettre d'adapter les besoins aux impératifs des différents lieux et de leurs usages. Les périmètres de protection des sites classés seront intégrés à ce zonage.

### B. Préserver les quartiers de vie

Les quartiers de vie, lieux de passage de tous les malouins, qui sont les centres anciens de Saint-Malo ainsi que le quartier de la Gare, centre névralgique de la ville, doivent bénéficier d'un traitement qualitatif. La mixité des usages de ces lieux, commerces, services publics, enseignement génère l'attractivité de ces quartiers et la multiplication des messages induits par ces activités doit être contrôlée pour les garder lisibles.

Ces quartiers devront bénéficier d'un niveau de protection équivalent aux sites patrimoniaux de la ville, le zonage du Règlement devra répondre à cet enjeu.

### C. Conforter l'expression citoyenne et institutionnelle

Afin de procurer un accès à l'information nécessaire à tous, les dispositifs d'expression libre doivent répondre aux impératifs réglementaires et proposer des supports en adéquation avec l'environnement de leurs lieux d'implantation.

Les mobiliers urbains qui supportent quant à eux la communication institutionnelle doivent également s'intégrer dans leur environnement sans créer d'interférence visuelle. Leur implantation doit correspondre à un besoin identifié. L'intérêt des messages portés par ces mobiliers engendrent la mise en place de règles qui leurs sont spécifiques, en conservant un équilibre avec les dispositifs publicitaires des afficheurs.

## D. Promouvoir l'amélioration des dispositifs

Les dispositifs et notamment les enseignes doivent s'intégrer dans le bâti, dans l'environnement global du quartier ainsi que tenir compte des autres enseignes voisines.

Les matériaux utilisés devront être adaptés au contexte architectural qu'il s'agisse de dispositifs publicitaires ou d'enseignes.

Les formats des dispositifs publicitaires pourront être adaptés en fonction de leurs lieux d'implantation, ainsi que les publics visés.

Chaque quartier de la ville a une fonction déterminée qui nécessite des règles adaptées. Un secteur accueillant des activités économiques ne sera pas régi par les mêmes dispositions qu'un quartier résidentiel et le niveau d'exigence des dispositifs qui y seront autorisés pourra être modulable.

## E. Limiter la publicité

La multiplication des dispositifs publicitaires, ainsi que la variété des supports peuvent amener à abaisser la qualité visuelle d'un quartier et rendre illisible les messages. Il est donc essentiel d'identifier les besoins et les zones en rapport.

Les formats des dispositifs publicitaires pourront être adaptés et réduits et ainsi permettre une limitation de leur impact.

Le recours aux dispositifs lumineux et numériques, ou toutes autres technologies futures ayant un impact visuel trop prégnant, sera limité. Les mobiliers urbains porteurs de messages ayant un intérêt informatif pour la population pourront recourir à ce type de dispositif dans des secteurs clairement délimités.

L'extinction nocturne de tous les dispositifs publicitaires ou enseignes pourra voir ses horaires élargis en adéquation avec les contraintes de chaque secteur.

Les dispositifs publicitaires temporaires pourront être autorisés expressément par la ville lorsqu'ils sont dans le cadre de manifestations ou événements auxquels la ville est associée ou ayant un intérêt particulier pour la population.

# II. Préserver la nature en ville

L'identité malouine est également profondément rattachée à son environnement et à la qualité de la nature autour et dans la ville. Les continuités visuelles sur ces espaces doivent être protégées, ainsi que les usages liés aux loisirs des malouins.

Cette orientation fait écho à l'axe 1, « s'engager pour un développement de territoire en harmonie avec sa géographie et son socle environnemental », et à l'axe 3, « renforcer et développer l'attractivité de la ville de Saint-Malo pour les familles et les actifs » inscrits au Projet d'Aménagement et du Développement Durables.

## A. Protéger le patrimoine naturel et la trame verte et bleue

L'impact des dispositifs publicitaires est indéniable et doit faire l'objet d'une attention particulière afin de ne pas perturber la qualité paysagère des espaces naturels notamment en ville. Ainsi les parcs et jardins, et également la trame verte et bleues dessinées dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables seront protégés.

L'usage familial de ces espaces, la présence d'enfants doit être pris en compte pour apprécier l'opportunité des implantations de publicité ou non.

La présence éventuelle de mobiliers urbains doit faire l'objet d'une étude minutieuse évaluant le rapport entre l'intérêt du message porté et ce type de public.

## B. Limiter l'impact de la publicité

En fonction de la gradation de l'importance de l'espace, l'implantation de dispositifs publicitaires pourraient être rendu possible en limitant leur format et leur nombre.

Le recours aux dispositifs lumineux et numériques, ou toutes autres technologies futures ayant un impact visuel trop prégnant, sera limité. Les mobiliers urbains porteurs de messages ayant un intérêt informatif pour la population pourront recourir à ce type de dispositif dans des secteurs clairement délimités.

L'extinction nocturne de tous les dispositifs publicitaires ou enseignes pourra voir ses horaires élargis en adéquation avec les contraintes de chaque secteur.

Les dispositifs publicitaires temporaires pourront être autorisés expressément par la ville lorsqu'ils sont dans le cadre de manifestations ou événements auxquels la ville est associée ou ayant un intérêt particulier pour la population.

# III. Soutenir l'attractivité des zones d'activités économiques

La ville de Saint-Malo accueille plusieurs secteurs d'activités économiques dont les intérêts doivent être préservés. Le futur Règlement Local de Publicité prendra en compte la nécessité de signaler les entreprises et les services.

Cette orientation fait écho à l'axe 3, « renforcer et développer l'attractivité de la ville de Saint-Malo pour les familles et les actifs », et à l'axe 4, « renforcer les piliers économiques malouins et le développement local », inscrits dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables.

## A. Apaiser les espaces et améliorer la lisibilité

Le paysage des zones commerciales et d'activités est souvent rendu illisible par la présence et la superposition des dispositifs : publicités et enseignes. Les formats, ainsi que les couleurs ou matériaux utilisés sont rarement cohérents entre 2 entreprises, cela contribuant à l'aspect peu qualitatif de ces espaces.

Le futur Règlement pourra rendre ses lieux plus lisibles en diminuant la densité des dispositifs publicitaires et éventuellement en en réduisant leur format.

## B. Adapter les dispositifs au public

En fonction du type de zone, d'activités ou commerciales, les publics visés peuvent être différents. Les dispositifs publicitaires devront être adaptés et prendre également en compte le mode de déplacement qui impacte la capacité de lecture des dispositifs.

Une mutualisation des supports en utilisant des matériels de Signalétique d'Information Locale pourra être envisagée si ce type de dispositifs répond aux attentes des entreprises présentes sur la zone visée.

## C. Harmoniser les enseignes

L'impact visuel des enseignes en zone commerciale ou d'activité peut être notable, notamment de par leur taille et l'utilisation d'enseignes lumineuses.

Le nouveau Règlement devra rechercher l'adaptation de ces enseignes au bâti qui les supporte mais également à l'ensemble architectural et paysager de la zone.

Une marge de manœuvre suffisante pourra être accordée aux entreprises présentes dans ces zones pour leur permettre de se signaler correctement et en adéquation avec le recul qu'offre ces espaces.

## IV. Valoriser les entrées de ville et les axes de grands passages

Les grands axes de déplacement et les entrées de ville suscitent l'intérêt des afficheurs en raison des flux de personnes les fréquentant. Ces axes sont également les premiers empruntés par les visiteurs et revêtent à ce titre un rôle de vitrine pour la ville.

Cette orientation fait écho à l'axe 3, « renforcer et développer l'attractivité de la ville de Saint-Malo pour les familles et les actifs », à l'axe 4, « renforcer les piliers économiques malouins et le développement local », et à l'axe 5, « créer les conditions d'une ville accessible, mobile et connectée », inscrits dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables.

### A. Augmenter la qualité perçue de ces axes

Il est important de lutter contre la banalisation des axes passants et d'entrées de ville qui provoque la multiplication des dispositifs publicitaires.

Certains de ces axes sont de plus en grande proximité d'espaces naturels ou agricoles avec des co visibilités très fortes, comme sur l'avenue du Maréchal Juin.

Un encadrement des dispositifs publicitaires est donc nécessaire pour valoriser ces espaces qui revêtent potentiellement un rôle de présentation de la ville.

### B. Adapter les formats au type de l'axe

En plus de maintenir l'harmonisation des formats des dispositifs publicitaires, il est nécessaire d'adapter ceux-ci à l'échelle de l'axe concerné, le paysage urbain traversé et au public visé.

L'utilisation de dispositifs de mutualisation d'affichage pourront être envisagés afin d'assurer un accès aux informations utiles au public et au besoin de signalement des entreprises ou commerces, en tenant également compte du format de l'axe et des usages de déplacement.

## V. Encadrer le développement et l'impact des nouvelles technologies d'affichage

Le développement de nouvelles technologies d'affichage lumineuses et numériques contribue à accroître l'impact visuel des dispositifs publicitaires ou enseignes.

Cette évolution doit être accompagnée et encadrée afin que ces technologies soient utilisées à bon escient.

Cette orientation fait écho à l'axe 3, « renforcer et développer l'attractivité de la ville de Saint-Malo pour les familles et les actifs », à l'axe 4, « renforcer les piliers économiques malouins et le développement local », inscrits dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables.

## A. Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques

L'implantation de dispositifs lumineux ou numériques sur le territoire de Saint-Malo est jusqu'à présent contenu. Cette situation doit être maintenue et les évolutions technologiques doivent être anticipées en limitant le recours à ce type de dispositif que ce soit en matière publicitaire ou pour les enseignes.

En fonction des zones de protection définies, les dispositions du Règlement Local de Publicité tiendront compte de la sensibilité des espaces concernés pour durcir ou non les règles, voir interdire ce type de dispositifs.

Les mobiliers urbains pourront bénéficier d'un traitement spécifique au regard de besoins clairement identifiés par la ville.

## B. Limiter la consommation énergétique et réduire la luminance

Lorsque le recours à des dispositifs lumineux ou numériques sera autorisé, la recherche de sobriété énergétique et une baisse de la luminance seront fortement conseillées.

La luminance devra être adaptée afin de ne pas occasionner de gêne, notamment en nocturne pour la biodiversité et la sécurité des personnes.

## C. Etendre les horaires d'extinction nocturne

Dans un objectif double de réduction de la consommation énergétique et de la préservation de la biodiversité par le maintien de corridor noir dans la ville, l'obligation d'extinction nocturne des dispositifs lumineux pourra être étendue.

La réglementation impose une extinction minimum de minuit à 6h du matin, ce qui s'avère insuffisant pour répondre aux objectifs fixés. L'impact visuel de ces dispositifs devra être évalué en fonction de leur lieux d'implantation pour adapter des horaires d'extinction étendus.

Les mobiliers urbains devront également être concernés par cette obligation.

# LES JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS

## I. Le zonage

La ville de Saint-Malo a choisi de créer un nouveau zonage pour son RLP en 4 zones, plus le secteur hors agglomération. La création de ces zones a tenu compte des constatations faites dans le diagnostic sur les nouvelles réalités du territoire malouin et notamment la création d'une nouvelle centralité autour du secteur de la Gare.

**La zone 1** comporte l'ensemble des secteurs de protection des sites inscrits et classés, incluant le champ de visibilité de 100 m autour des Monuments Historiques. Cette zone concerne également les secteurs littoraux et naturels protégés. Ces secteurs font déjà l'objet d'un niveau de protection élevé par la réglementation nationale qui s'impose à la ville de Saint-Malo. L'objectif est donc d'accroître la lisibilité de ces périmètres pour faciliter l'application des restrictions d'implantation de la publicité.

Cette zone comporte également les centralités, celles issues de l'histoire malouine, à savoir le quartier Intramuros (bien que déjà bien couvert par de nombreux de périmètre de protection de sites classés ou inscrits), le centre de Saint-Servan, celui de Paramé et également celui de Rothéneuf. Mais aussi la nouvelle centralité située autour de la Gare, qui avec sa position géographique centrale crée le lien essentiel entre tous les quartiers de la ville.

Ces différents secteurs, protégés ou non, sont l'identité visuelle de Saint-Malo et sont également les lieux de vie des malouins, et représentent la qualité du cadre de vie.

**La zone 2** comporte les secteurs résidentiels et mixtes qui ne sont ni dans la zone 1, ni dans la zone 3 du RLP. Cette zone couvre les quartiers d'habitation des malouins, parfois entrelacés avec quelques établissements économiques.

Ces zones d'habitat ne génèrent pas d'attractivité ni de flux de passage et ne sont pas des secteurs à enjeux pour l'affichage publicitaire. Il est toutefois important de conserver la tranquillité de ces lieux et les préserver autant que possible de toutes pollutions visuelles.

Ces quartiers sont parfois en covisibilité de secteurs dont l'activité est plus soutenue, il sera donc important d'amener une vigilance supérieure sur les interfaces entre cette zone et notamment les zones classées en zone 3 couvrant les lieux d'activités économiques.

**La zone 3** comporte ainsi les zones d'activités économiques et/ou commerciales, ainsi que les axes d'entrée de ville et les axes structurants de la ville qui font l'objet d'un sous-zonage en **zone 3a**.

Si la réglementation mise en place dans les secteurs d'activité doit permettre aux établissements de se signaler correctement afin de ne pas entraver leur attractivité, celle-ci doit aussi permettre de rendre ses espaces plus apaisés et lisibles. L'accumulation d'information ne contribue pas à une bonne lecture des activités présentes.

Les entrées de ville sont quant à elles la première image que l'on a d'une commune. Si Saint-Malo est jusqu'à parmi les villes les plus préservées, il est essentiel de conserver cette situation, voire d'améliorer la qualité perçue en empruntant ces axes. Il en va de même des veines de circulation structurantes du territoire. Ces axes sont des lieux importants pour l'implantation des publicités et préenseignes, cependant il faut également prendre en compte la sécurité routière, ainsi que, comme vu précédemment, les interfaces de ces axes avec les secteurs traversés, qu'ils soient en lien avec des secteurs d'habitat ou paysagers.

Superposée à l'ensemble de ces 3 zones, **la zone 4** a pour objet de protéger des secteurs issus de la trame verte et bleue et de permettre une continuité visuelle sans altération sur ces espaces.

En effet, le premier axe du PADD « S’engager pour un développement du territoire en harmonie avec sa géographie et son socle environnemental », a mis au cœur de sa réflexion la préservation de la biodiversité, l’amélioration de la perméabilité écologique et enfin le maintien des continuités écologiques.

Ainsi la zone dessinée par la ceinture verte s’étendant de la pointe de la Varde au parc de la Briantais, ainsi que de la voie verte qui relie le quai de Terre-Neuve au quartier du Mottais a pour objectif de répondre à ces enjeux posés dans le PADD. Cette ceinture verte fait partie intégrante du plan de végétalisation décidé par la collectivité.

Cette zone permet de valoriser la continuité verte Rance-Découverte, qui passe par l’écoquartier de Lorette et le secteur de la Madeleine, la continuité Découverte—Sillon qui a pour support le mail Bougainville, l’hippodrome et les anciennes voies ferrées sur le secteur du Clos Cadot et Rocabey, ainsi que le corridor vert le long du Routhouan, allant de la Montagne Sainte-Joseph et qui passe également par l’hippodrome et par le parc des sports de Marville.

## II. Les publicités et préenseignes

Afin de répondre aux enjeux posés à la suite du diagnostic, la ville de Saint-Malo a souhaité écrire une réglementation sur les dispositifs publicitaires plus adaptées à la réalité du terrain.

Dans un souci de clarté et de simplification, des dispositions générales applicables sur l’ensemble du territoire, permettent d’homogénéiser le traitement de ces dispositifs et de gagner en cohérence.

En parallèle l’écriture de dispositions particulières applicables par zone, permet de graduer la réglementation en fonction des sensibilités paysagères et patrimoniales de chacune.

### A. Dispositions générales applicable à l’ensemble du territoire

#### 1. Le contrôle des dispositifs publicitaires

##### a. Fixation d’une surface maximale de 8 m<sup>2</sup> :

Cette surface a été fixée dans le cadre du travail de concertation mené avec les professionnels de l’affichage. C’est une limite que la ville s’applique d’ores et déjà pour les surfaces maximales utilisées pour le mobilier urbain. En limitant la taille des supports, combinés aux autres règles instaurées, l’impact visuel des dispositifs publicitaires devient plus restreint.

##### b. Des conditions esthétiques communes à l’ensemble des dispositifs :

Les mesures suivantes ont été instaurées : un format rectangulaire, une seule couleur unie et sobre par dispositif, interdiction des accessoires venant alourdir visuellement le dispositif.

L’objectif de ces mesures est de générer une plus grande homogénéité visuelle entre les dispositifs qui peuvent être aujourd’hui de couleurs diverses et parfois même de plusieurs couleurs.

##### c. Les publicités murales :

1 seul dispositif mural pourra être implanté par unité foncière et uniquement sur un mur aveugle. Il doit de plus respecter la modénature de la façade.

L’implantation de plusieurs dispositifs muraux n’est pas souhaitable car l’impact visuel est trop grand et l’intégration sur le bâti difficile à réaliser.

**d. Les dispositifs publicitaires scellés ou posés au sol :**

Ces dispositifs devront tous répondre aux mêmes critères esthétiques tels que l'utilisation d'un seul pied, être carénés et d'une seule couleur unie et sobre.

Aujourd'hui la variété des dispositifs installés sur Saint-Malo contribue à renforcer l'aspect disgracieux et peu qualitatif de ces matériels. Il est important de remédier à cette situation pour permettre là où ces dispositifs sont implantés, d'améliorer la qualité perçue des espaces.

**e. Les dispositifs publicitaires implantés sur les palissades de chantier :**

Si ce type de publicité ne peut être interdite, la ville de Saint-Malo a décidé de limiter le recours en instaurant une règle de densité autorisant un dispositif publicitaire par tranche de 10 ml de palissade, au-delà des 10 premiers ml.

L'impact d'un chantier sur son environnement de proximité est important il est donc nécessaire d'intervenir pour agir sur les effets visuels générés. Les communications présentes sur ces palissades sont parfois particulièrement envahissantes de par leur nombre et leur taille.

**f. Les publicités sur bâche :**

Lorsqu'elles peuvent être installées, il est instauré pour les bâches de chantier une limite de surface des publicités, soit 25 % de la surface totale de la bâche. Pour les bâches à but uniquement publicitaire les dispositions sont fixées par zone. Il est à noter que les associations locales bénéficient de l'autorisation d'utiliser ce type de support en zone 2.

Les bâches de chantier sont relativement rares, mais peuvent être de grande taille, il est impératif de limiter la place de la publicité sur ces supports.

Concernant les bâches publicitaires, on constate qu'elles font souvent l'objet d'une installation sur des clôtures non aveugles. Il va être important pour la ville de Saint-Malo de rappeler les règles d'implantation des différents dispositifs et notamment de celui-ci qui doit de plus faire l'objet d'une autorisation préalable. Il est cependant difficile de les interdire car c'est un support de communication souvent utilisé par les associations locales.

**g. Les chevalets :**

Ces dispositifs sont autorisés, sous réserve d'avoir obtenu une autorisation de voirie.

L'implantation de ces dispositifs se fait souvent de manière sauvage, sans tenir compte des impératifs liés à la libre circulation des piétons et des personnes à mobilité réduite. Ils ne peuvent donc être autorisés qu'au cas par cas et être amovibles.

**h. La publicité lumineuse ou numérique à l'intérieur des vitrines :**

La surface des dispositifs est précisée dans les dispositions applicables à chaque zone.

La loi du 22 août 2021, Climat et Résilience, offre nouvellement la possibilité dans le cadre d'un RLP de réglementer ces dispositifs. Devant leur recrudescence, il est impératif d'en limiter l'usage.

**i. Le micro affichage :**

Les dispositifs de petit format sur devanture destinés à la publicité, ne sont autorisés que dans la zone 3. En zone 1 et 2, seules les communications sur la baie vitrée des commerces pour des manifestations temporaires touristiques, sociales, culturelles ou sportives sont autorisées dans la limite de 2 dispositifs de 40 cm x 60 cm.

Ce type de dispositif a un effet de gêne visuelle très important en raison de l'hétérogénéité des supports par leur taille ou leur couleur. Ils sont également souvent sur utilisés et opacifient les vitrines des commerces.

## 2. Le principe d'extinction nocturne

La ville de Saint-Malo a instauré un horaire élargi pour l'extinction nocturne des dispositifs lumineux et numériques, comprenant également l'ensemble des mobiliers urbains, soit de 23 heures à 7 heures du matin.

Ce principe s'applique également aux dispositifs situés à l'intérieur des vitrines.

En parallèle d'un travail réalisé par la ville sur la diminution, voir la suppression de l'éclairage urbain dans certains secteurs, l'extinction nocturne des dispositifs publicitaires dans leur ensemble devait participer à la baisse de l'impact de la ville sur son environnement et contribuer à une baisse de la consommation énergétique.

### 3. Des interdictions élargies

Les dispositifs publicitaires sur toiture, terrasse, balcon sont interdits ainsi que sur les clôtures aveugles ou non, et végétalisées. Les dispositifs positionnés cote à cote le sont également, comme les véhicules uniquement publicitaires, ainsi que les publicités numériques. Il en va de même pour les dispositifs publicitaires de type « pochoir » sur la voie publique.

Ces différents types de publicité sont interdits en raison de la pollution visuelle manifestement disproportionnée qu'ils génèrent. Ils ont en effet un aspect intrusif car il est quasiment impossible de les ignorer.

### 4. La publicité sur les mobiliers urbains

Les mobiliers urbains sont autorisés en zone 1,2 et 3 du territoire avec des restrictions de surface en fonction de la zone de leur implantation. En zone 4, ils sont interdits.

La ville de Saint-Malo a souhaité conserver la possibilité d'utiliser, y compris en dérogeant aux dispositions du paragraphe I de l'article L. 581-8 du Code de l'Environnement. Si elle a bien conscience que ces dispositifs peuvent supporter à titre accessoire de la publicité, c'est bien sur leur utilité en tant que dispositif d'information qui est recherchée.

L'implantation de ces dispositifs devra faire l'objet d'une argumentation et une réflexion quant au choix du lieu. Une implantation dans un secteur sensible ne pourra être obtenue à moins de répondre à un véritable besoin. Les associations locales sont utilisatrices de ces supports qui leur apportent une vraie réponse face à leur besoin de communication.

Quant au recours aux dispositifs numériques, qui devront suivre les horaires élargis d'extinction nocturne, une fois encore ils ne pourront pas être implantés sans une véritable justification. En zone 1 ils ne sont autorisés que sur les esplanades de l'Europe et Simone Veil, en raison d'une rotation d'affichage importante pour les programmes de la Grande Passerelle et du cinéma qu'elle accueille.

L'interdiction de ces dispositifs en zone 4 est justifiée par la volonté de préserver la biodiversité dans ces secteurs.

### 5. Les dispositifs temporaires

La ville se réserve le droit, sous réserve de justifier cela par la tenue d'un événement qu'elle porte ou accompagne, d'installer des dispositifs publicitaires temporaires dans les secteurs où ils sont interdits ou limités par le RLP.

Nombre des secteurs de protection des sites patrimoniaux ou naturels de Saint-Malo couvre des lieux de vie et des secteurs attractifs à plusieurs titres. L'implantation notamment d'équipements tels que le centre des congrès « le Palais du Grand Large », ainsi que la halle d'exposition « Quai Saint-Malo » ou l'esplanade Saint-Vincent, tous à proximité du quartier Intra-muros, génère une activité événementielle en plein cœur de la zone 1.

Ce secteur accueille de plus de nombreux événements de style différent comme « Quai des bulles » salon de la BD, le salon du livre « Etonnants voyageurs » ou tous les 4 ans, la Route du Rhum qui occupe l'ensemble des bassins Duguay-Trouin et Vauban au pied des remparts.

Il semble donc illusoire et contre-productif de ne pas pouvoir communiquer lors de ces événements ou de s'interdire d'afficher des partenariats qui génèrent de la publicité.

## B. Les dispositions applicables dans les zones

### 1. En zone 1

La publicité est interdite sauf les publicités sur palissade qui ne peuvent pas l'être.

La publicité numérique est autorisée en vitrine, avec une surface cumulée maximum de 1 m<sup>2</sup>, sous réserve des interdictions posées aux articles L. 581-4 et L. 581-8 du Code de l'Environnement.

En raison de la sensibilité des espaces concernés, mais également en tenant compte des obligations posées par la réglementation nationale, l'interdiction de la publicité est une nécessité pour une bonne conservation du cadre de vie. Si la ville de Saint-Malo se conserve le droit d'implanter du mobilier urbain en zone 1 c'est bien pour répondre à un besoin d'information dans des lieux de vie.

### 2. En zone 2

La publicité est fortement limitée mais peut y être présente notamment par l'utilisation des supports muraux, les supports scellés au sol y sont quant à eux interdits et la surface des dispositifs est limitée à 6 m<sup>2</sup>.

La publicité numérique est autorisée en vitrine, avec une surface cumulée maximum de 1 m<sup>2</sup>.

Le faible enjeu que ce secteur représente pour les afficheurs en raison des faibles flux de circulation qui y passent, ainsi que la tranquillité nécessaire à des espaces résidentiels justifient de conserver un niveau assez élevé de protection vis-à-vis de l'impact de la publicité.

### 3. En zone 3

La publicité y est autorisée et il s'agit en grande partie d'une application de la réglementation nationale. La surface des dispositifs y est limitée à 8 m<sup>2</sup>.

La publicité numérique est autorisée en vitrine, avec une surface cumulée maximum de 4 m<sup>2</sup>.

La nature même des usages des espaces que couvre cette zone permet une réglementation plus libérale de la publicité et des préenseignes. S'agissant de zones d'activités économiques et commerciales, il est normal que des supports de communication puissent y être utilisés.

Il s'agit de lieux que les malouins choisissent ou non de fréquenter, ainsi la publicité n'est ni imposée, ni subie. De plus le temps passé par les usagers dans ces zones est limité car ce ne sont pas des espaces d'habitat.

En zone 3a, une règle de densité est appliquée en traitant la longueur des unités foncières à partir de 20 m et par tranche de 20 ou 40 m.

L'objectif poursuivi en appliquant cette règle de densité sur les axes structurants, c'est de permettre de limiter l'impact visuel et donc les distractions pour les automobilistes, et de préserver le paysage pour les secteurs résidentiels avoisinants.

### 4. En zone 4

La publicité est interdite sauf les publicités sur palissade qui ne peuvent pas l'être.

La publicité numérique est interdite en vitrine.

Les mobiliers urbains y sont également totalement interdits.

En raison de la sensibilité des espaces concernés, mais également en tenant compte des obligations posées par la réglementation nationale, l'interdiction de la publicité est une nécessité pour une bonne conservation du cadre de vie.

## III. Les enseignes

De la même manière que pour les dispositions ayant trait aux publicités et préenseignes, des dispositions générales applicables sur l'ensemble du territoire régissent l'implantation des enseignes.

Chaque zone fait ensuite l'objet d'apport d'une réglementation prenant en compte les besoins inhérents aux espaces et aux usages concernés.

### A. Dispositions générales applicables à l'ensemble du territoire

#### 1. Intégration des enseignes

Les enseignes doivent utiliser des couleurs adaptées à l'environnement dans lequel elles s'inscrivent. Les matériaux doivent être durables et doivent participer à la qualité de l'ensemble du dispositif.

Les enseignes doivent être implantées de façon à respecter la modénature architecturale caractérisant la façade de l'immeuble sur laquelle elles sont apposées (lignes verticales et horizontales, courbes et toute autre forme du bâti). Elles ne doivent pas masquer ni recouvrir les éléments architecturaux ou décoratifs existants.

Ainsi la ville de Saint-Malo attendra d'une enseigne située dans un secteur patrimonial une recherche accrue de qualité et de couleurs en corrélation à la fois avec le bâti mais également avec l'ambiance du quartier. Il ne faut pas oublier que dans ce cas, la demande d'enseigne devra être soumise à l'Architecte des Bâtiments de France qui a pour rôle de surveiller le respect de ces lieux.

En zone périphérique, il est également fortement recommandé de tenir compte des autres établissements alentours, ainsi que l'interface avec les paysages, certaines zones étant en bordure de campagne.

Les enseignes en façade, en saillie, scellées ou posées au sol, en vitrophanie font l'objet d'une réglementation générale permettant une simplification et une meilleure compréhension.

Chaque quartier de Saint-Malo possède sa propre histoire architecturale, ce qui est une véritable richesse pour le territoire. Il est donc impératif de tenir compte des spécificités des bâtis.

Sur Saint-Malo, les activités utilisant des enseignes peuvent se situer autant dans un espace sensible qu'en zone de périphérie. Cependant il reste toujours important que lors du choix d'une enseigne, l'environnement soit étudié pour évaluer son impact et son intégration au sein de celui-ci.

#### 2. Les enseignes lumineuses ou numériques

Les enseignes lumineuses sont autorisées sous réserve des dispositions particulières qui régissent les zones du RLP. L'éclairage peut se faire soit par projection, soit par transparence.

Les enseignes numériques sont interdites y compris en vitrine.

La surface cumulée des dispositifs lumineux en vitrine devra être inférieure à 1 m<sup>2</sup>.

La loi du 22 août 2021, Climat et Résilience, offre nouvellement la possibilité dans le cadre d'un RLP de réglementer ces dispositifs. Avant leur recrudescence, il était impératif d'en limiter l'usage.

#### 3. Le principe d'extinction nocturne

La ville de Saint-Malo a instauré un horaire élargi pour l'extinction nocturne des dispositifs lumineux et numériques, comprenant les enseignes.

Ce principe s'applique également aux dispositifs situés à l'intérieur des vitrines.

En parallèle d'un travail réalisé par la ville sur la diminution, voir la suppression de l'éclairage urbain dans certains secteurs, l'extinction nocturne des dispositifs publicitaires dans leur ensemble doit participer à la baisse de l'impact de la ville sur son environnement et contribuer à une baisse de la consommation énergétique.

#### 4. Les enseignes interdites

Les enseignes en toiture, sur terrasse, balcon, auvent, garde-corps, chainage et clôtures non aveugles ou végétalisées sont interdites. Les messages défilants, les objets mouvants, ainsi que les faisceaux laser sont également interdits.

L'impact visuel de ces dispositifs est bien trop important. La qualité ressentie en présence de ces dispositifs est faible.

## B. Les dispositions applicables dans les zones

### 1. En zone 1, zone 2 et zone 4

- a. Les enseignes scellées ou posées au sol sont interdites, ainsi que les enseignes numériques ou celles lumineuses de type caisson ou néons.

Ce type d'enseigne est beaucoup trop impactant pour pouvoir être implanté dans des secteurs sensibles tels que ceux de ces zones. La qualité des espaces patrimoniaux ou naturels doit être préservé.

- b. Les enseignes éclairées par projection ou transparence sont autorisées sous réserve de respecter la règle d'extinction nocturne.

Ce type d'éclairage permet une plus grande discrétion car il n'a pas d'effet d'éblouissement. Il ne peut s'entendre qu'avec l'application d'un horaire élargi d'extinction nocturne comme celui mis en place sur Saint-Malo.

- c. La taille des lettres des enseignes devra être de 40 cm maximum.

Il s'agit là d'une limitation de la réglementation locale connue à Saint-Malo depuis l'application de l'ancien RLP de 96. Même si elle n'est pas toujours bien appliquée, elle semble toujours répondre aux besoins de limiter la taille des dispositifs dans les secteurs concernés.

- d. Le nombre d'enseignes :
  - En zone 1 et zone 4, le nombre d'enseignes est limité à 1 seule par devanture commerciale, dans la limite de 3 enseignes par établissement.
  - En zone 2, Le nombre d'enseignes de la devanture commerciale est limité à 3, dans la limite de 6 enseignes par établissement.

Le nombre d'enseignes est adapté au secteur d'implantation de l'établissement car l'impact n'est pas le même. En zone 1 par exemple, s'agissant de secteurs anciens avec des rues plus étroites, fréquentées par des piétons ou des automobilistes roulant doucement, une seule enseigne offre une meilleure lisibilité et évite un sentiment d'accumulation voire d'oppression.

L'objectif recherché en écrivant des règles communes aux plus grands espaces possibles est de créer une plus grande cohérence dans les traitements des enseignes et augmenter la qualité ressentie sur des espaces dont la valeur est reconnue.

Ces règles laissent cependant suffisamment de liberté aux pétitionnaires pour promouvoir leur activité et se signaler.

### 2. En zone 3

Tous les types d'enseignes sont autorisés à l'exception des enseignes numériques, sous réserve de rechercher une bonne intégration du bâti et à l'environnement comme l'édicte les dispositions générales. Les règles de surface correspondent à celles fixées par la RNP.

Si la modénature d'un bâtiment commercial, communément appelé « boîte », est faible voire inexistante, l'enseigne doit néanmoins tenir compte des proportions du bâtiment, des couleurs de la façade, ainsi que des ouvertures. L'application des dispositions générales, adaptées au lieu, est absolument obligatoire.

La prise en compte des enseignes et des bâtiments des activités en proximité est également essentiel pour gagner en homogénéité sur les zones d'activités économiques et commerciales.

## EN SYNTHÈSE

Le RLP malouin traduit l'ambition de la ville de réduction de la place des dispositifs publicitaires et préenseignes sur les lieux visibles de toutes voies ouvertes à la circulation.

La ville souhaite néanmoins tenir compte des besoins des activités économiques et commerciales de communiquer et signaler leurs établissements.

Le RLP a travaillé sur la mise en œuvre d'une réglementation simple, avec d'une part des dispositions générales applicables sur l'ensemble du territoire et de l'autre des dispositions affinées et adaptées à chaque zone dessinée. Cette réglementation a de plus mis en place un zonage (la zone 4) superposé aux autres permettant le respect des continuités vertes.

En zone 1 les conditions d'implantation de la publicité sont restreintes aux seules possibilités qui ne peuvent règlementairement pas être interdites et à une dérogation pour l'implantation de mobiliers urbains dans des conditions très encadrées. L'encadrement des enseignes est l'expression d'une exigence qualitative, laissant toutefois la possibilité aux pétitionnaires de proposer des dispositifs créatifs et reflétant leur activité.

En zone 2, secteur qui correspond à un usage principalement d'habitat, les règles concernant les publicités et les enseignes restent relativement similaires à la zone 1 afin de conserver pour ces quartiers la tranquillité nécessaire.

La zone 3, qui couvre quant à elle les zones d'activités économiques et commerciales connaît une plus grande liberté dans la réglementation appliquée.

La zone 3a apporte des compléments dans la réglementation afin de ne pas avoir d'impact sur la circulation routière, et cela aura dans certains secteurs comme conséquence de rendre les espaces et les enseignes plus lisibles.

Enfin la zone 4 qui se superpose aux 3 autres se voit appliquer des règles encore plus strictes que dans la zone 1 en raison de la préservation de la biodiversité recherchée dans ces secteurs. Cette zone a aussi pour objectif de relier les points les plus éloignés du territoire entre eux et de créer des continuités entre les différents milieux écologiques de la ville de Saint-Malo.