

**TRIBUNAL ADMINISTRATIF
DE RENNES**

N^{os} 2204409, 2204411, 2204555, 2204578

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

GIE GRAND QUARTIER
SAS SIGNALI
SAS AFFIOUEST
UNION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

M. William Desbourdes
Rapporteur

Le tribunal administratif de Rennes

(3^{ème} chambre)

M. Fabien Martin
Rapporteur public

Audience du 9 octobre 2025
Décision du 3 novembre 2025

C

Vu les procédures suivantes :

I. Par une requête et deux mémoires, enregistrés sous le n° 2204409 les 30 août 2022, 18 décembre 2023 et 24 janvier 2024, le Groupement d'intérêt économique (GIE) Grand Quartier, représenté par Me Ramaut (Selarl Cornet-Vincent-Ségurel), demande au tribunal :

1°) d'annuler la délibération du 30 juin 2022 par laquelle le conseil de Rennes métropole a approuvé son règlement local de publicité ;

2°) de mettre à la charge de Rennes métropole la somme de 3 000 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Il soutient que :

- la délibération attaquée est entachée d'un vice de procédure, le bilan de la concertation ayant été tiré par une autorité incompétente, en méconnaissance de l'article L. 103-6 du code de l'urbanisme ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors que le bilan de la concertation n'était pas au dossier de l'enquête publique, en méconnaissance de l'article L. 103-6 du code de l'urbanisme ;

- le rapport de présentation du règlement local de publicité de Rennes métropole est entaché d'un vice de forme en méconnaissance de l'article R. 581-73 du code de l'environnement ;

- le règlement local de publicité de Rennes métropole porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie compte tenu des conséquences résultant de l'encadrement réglementaire prévu pour les publicités numériques et pour les enseignes ;

- le principe de l'interdiction de la publicité numérique dans les autres zones que la zone n° 2 (Z2) méconnaît le principe d'égalité et est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation de la publicité numérique en zone n° 2 (Z2) à un format maximal des écrans de 2 m² est entaché d'une erreur de droit et d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation de la publicité numérique en zone n° 2 (Z2) aux seuls dispositifs scellés au sol méconnaît le principe d'égalité et est entaché d'une erreur de droit et d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation de la hauteur des enseignes sur toiture à un maximum de 2 m en zone n° 2 (Z2) est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation de l'exception prévue par l'alinéa 17.2.1 aux seuls établissements culturels est entachée d'une erreur de droit dès lors que, par une interprétation erronée de l'article R. 581-88 du code de l'environnement, Rennes métropole s'est crue tenue de ne pas distinguer de règles pour les dispositifs publicitaires existants et nouveaux, méconnaît le principe d'égalité et est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation.

Par trois mémoires, enregistrés les 22 juillet 2023 et 23 janvier et 11 mars 2024, Rennes métropole, représentée par Mes Mialot et Poulard (Selarl Mialot Avocats), conclut au rejet de la requête et à ce qu'il soit mis à la charge du GIE Grand Quartier une somme de 3 000 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Elle fait valoir que :

- le moyen tiré de l'erreur de droit commise par le conseil de Rennes métropole pour s'être cru lié par une mauvaise interprétation de l'article R. 581-88 du code de l'environnement est inopérant, cet organe délibérant n'étant pas tenu par l'avis de la commission d'enquête ;

- le moyen tiré de la méconnaissance du principe d'égalité est inopérant dès lors qu'il est dans la nature même de la réglementation de l'affichage de fixer des règles différentes en fonction de la nature des dispositifs publicitaires ; en tout état de cause, il n'est pas fondé ;

- les autres moyens soulevés par le GIE Grand Quartier ne sont pas fondés.

II. Par une requête et deux mémoires, enregistrés sous le n° 2204411 les 30 août 2022, 11 décembre 2023 et 17 janvier 2024, la SAS Signali, demande au tribunal d'annuler la délibération du 30 juin 2022 par laquelle le conseil de Rennes métropole a approuvé son règlement local de publicité en tant que celui-ci restreint les possibilités d'affichage des publicités et préenseignes sur façade, sur clôture et scellées au sol sur le territoire de l'unité urbaine à l'exclusion des restrictions relatives à la publicité numérique, et en tant qu'il limite les formats « supports compris » et les saillies à 10 cm y compris hors unité urbaine.

Elle soutient que :

- le rapport de présentation du règlement local de publicité de Rennes métropole est entaché d'un vice de forme, faute de l'adéquation des choix retenus avec le respect de la liberté du commerce et de l'industrie et du droit de la concurrence ;

- les restrictions faites aux publicités et préenseignes sur façade par les alinéas 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3 et 3.1.4 de l'article 3 du règlement local de publicité, associées à la règle de densité de l'alinéa 7.1 de l'article 7 du même règlement, méconnaissent le principe d'égalité et sont entachées d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- les restrictions faites aux publicités et préenseignes sur clôture par le b) de l'alinéa 4.1.1, et les alinéas 4.1.2, 4.1.4 et 4.1.5 de l'article 4 du règlement local de publicité, associées à la règle de densité de l'alinéa 7.1 de l'article 7 du même règlement, méconnaissent le principe d'égalité et sont entachées d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- les restrictions faites aux publicités et préenseignes scellées au sol par les alinéas 5.1.1 et 5.1.2 de l'article 5 du règlement local de publicité, associées à la règle de densité de l'alinéa 7.1 de l'article 7 du même règlement, méconnaissent le principe d'égalité et sont entachées d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la règle de densité de l'alinéa 7.1 de l'article 7 du règlement local de publicité méconnaît le principe d'égalité et est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- l'exception faite au seul mobilier urbain par l'alinéa 10.1.1 de l'article 10 du règlement local de publicité méconnaît le principe d'égalité ;

- ces règles portent, dans leur ensemble, une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et méconnaissent le droit de la concurrence.

Par des mémoires, enregistrés les 22 juillet 2023 et 23 janvier 2024, Rennes métropole, représentée par Mes Mialot et Poulard (Selarl Mialot Avocats), conclut au rejet de la requête et à ce qu'il soit mis à la charge de la société Signali une somme de 3 000 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Elle fait valoir que :

- le Syndicat national de la publicité extérieure ne justifie pas d'un intérêt à intervenir ;
- le moyen tiré du vice de forme du rapport de présentation est inopérant ;
- le moyen tiré du défaut de fiche d'impact est inopérant, la circulaire du Premier ministre du 12 octobre 2015 ne s'adressant pas aux collectivités territoriales ;
- les autres moyens soulevés par la société Signali et le Syndicat national de la publicité extérieure ne sont pas fondés.

Par deux mémoires, enregistrés les 19 décembre 2023 et 6 mars 2024, le Syndicat national de la publicité extérieure, qui doit être regardé comme demandant de faire droit aux conclusions de la requête de la société Signali, demande au tribunal d'annuler en totalité la délibération du 30 juin 2022 par laquelle le conseil de Rennes métropole a approuvé son règlement local de publicité et de mettre à la charge de Rennes métropole la somme de 5 000 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Il soutient que :

- il justifie d'un intérêt à intervenir ;
- la délibération attaquée est entachée d'un vice de procédure faute d'avoir été précédée de la fiche d'impact prévue par la circulaire n° 5817/SG du Premier ministre du 12 octobre 2015 ou d'une étude d'impact, une obligation résultant des principes dont s'inspirent les circulaires des 17 février 2011 et 17 juillet 2013 ainsi que le décret n° 2015-510 du 7 mai 2015 ;

- le règlement local de publicité de Rennes métropole porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie, s'agissant plus spécifiquement de la restriction des formats, interprétée à l'aune de la jurisprudence administrative et du décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 depuis entré en vigueur, des restrictions apportées à l'affichage mural, concernant en particulier la règle limitant les saillies à 10 cm ainsi que des restrictions de zones imposées aux publicités sur supports scellés au sol ;

- le règlement local de publicité méconnaît le principe d'égalité, la différence de traitement entre la publicité sur domaine privé et le mobilier urbain n'étant justifiée ni par le motif de protection de cadre de vie ni par le caractère accessoire de la publicité sur mobilier

urbain, s'agissant en particulier des formats autorisés, de la différence de traitement imposée en secteur d'intérêt patrimonial ou paysager et de la règle de densité seulement imposée à la publicité privée ;

- l'alinéa 9.2 de l'article 9 du règlement local de publicité est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

III. Par une requête et trois mémoires, enregistrés sous le n° 2204555 les 8 septembre 2022, 11 mai et 23 décembre 2023 et 28 mars 2024, la SAS Affiouest (init. SARL), représentée par Me Bonfils, demande au tribunal :

1°) d'annuler la délibération du 30 juin 2022 par laquelle le conseil de Rennes métropole a approuvé son règlement local de publicité ;

2°) de mettre à la charge de Rennes métropole la somme de 3 500 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Elle soutient que :

- la délibération attaquée est entachée d'un vice de procédure faute pour l'ensemble de la procédure d'élaboration du règlement local de publicité d'avoir été précédée d'un diagnostic, lequel ne pouvait pas être consulté dès la prescription de son élaboration ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors que le projet de règlement local de publicité n'existait pas à la date du débat sur ses orientations générales et qu'il ne pouvait être consulté à la date de ce débat ;

- elle est entachée d'un vice de procédure, le bilan de la concertation ayant été tiré par une autorité incompétente en méconnaissance des articles L. 103-3 à L. 103-6 du code de l'urbanisme ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors que le dossier d'élaboration du règlement local de publicité ne pouvait pas être consulté par le public dès la délibération prescrivant cette élaboration ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors que la délibération du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité n'a pas été publiée conformément aux exigences des articles R. 151-20 et R. 151-21 du code de l'urbanisme, faute de mention du lieu où le dossier d'élaboration pouvait être consulté ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors que le rapport et les conclusions de la commission d'enquête n'ont pas vérifié les modalités de publication de la délibération du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors que la délibération du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité a été prise en méconnaissance de l'article L. 300-2 du code de l'urbanisme ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors qu'il a été mis fin à la concertation avant la fin de l'élaboration du projet de règlement local de publicité ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors que le bilan de la concertation est insuffisamment tiré ;

- elle est entachée d'un vice de procédure dès lors que la concertation a présenté un caractère fictif ;

- la délibération méconnaît les articles L. 153-27 et R. 151-4 du code de l'urbanisme pour n'avoir pas identifié les indicateurs nécessaires à l'analyse des résultats de son application pour son évaluation ;

- la limitation du format des publicités sur façade et sur support scellé au sol à 2 ou 4 m² est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation des saillies des publicités sur façade et sur clôture à 10 cm est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation ;
- le règlement local de publicité est entaché d'erreur de droit en méconnaissance de l'article L. 581-14 du code de l'environnement dès lors qu'il n'a pas imposé de règle de densité au mobilier urbain ;
- la règle de densité du règlement local de publicité imposée à la publicité sur terrain privé méconnaît le principe d'égalité, porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie, ne respecte pas les règles de la concurrence et méconnaît la liberté de l'affichage et de la publicité ;
- la différence des règles entre le mobilier urbain et la publicité murale et scellée au sol méconnaît le principe d'égalité et est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation ;
- le règlement local de publicité est entaché, dans son ensemble, d'un détournement de pouvoir pour avoir été adopté dans le but de lutter contre la surconsommation ;
- il porte, dans son ensemble, une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et méconnaît les règles de la concurrence ;
- les articles 5, 6 et 9 du règlement local de publicité de Rennes métropole sont également entachés d'illégalité.

Par deux mémoires, enregistrés les 22 juillet 2023 et 13 février 2024, Rennes métropole, représentée par Mes Mialot et Poulard (Selarl Mialot Avocats), conclut au rejet de la requête et à ce qu'il soit mis à la charge de la SAS Affiouest une somme de 3 000 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Elle fait valoir que :

- les moyens tirés de l'exception d'illégalité et du défaut de publication régulière de la délibération du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité sont inopérants ;
- les autres moyens soulevés par la société Affiouest ne sont pas fondés.

IV. Par une requête et deux mémoires, enregistrés sous le n° 2204578 les 8 septembre 2022, 19 décembre 2023 et 12 mars 2024, l'Union de la publicité extérieure, représentée par Me Derer, demande au tribunal :

1°) d'annuler la délibération du 30 juin 2022 par laquelle le conseil de Rennes métropole a approuvé son règlement local de publicité ;

2°) de mettre à la charge de Rennes métropole la somme de 3 000 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Elle soutient que :

- elle justifie d'un intérêt à agir ;
- les articles 9 et 17 du règlement local de publicité, en tant qu'ils appliquent l'article L. 581-14-4 du code de l'environnement, ont été approuvés au bénéfice d'un vice de procédure commis à défaut de concertation préalable sur le sujet des publicités et enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies des locaux à usage commercial, alors que l'ajout de ces paragraphes constituait une atteinte à l'économie générale du règlement local de publicité, en méconnaissance notamment de l'article 7 de la charte de l'environnement et de l'article 6 de la convention d'Aarhus sur l'accès à l'information, la participation du public au processus décisionnel et l'accès à la justice en matière d'environnement ;

- le règlement local de publicité est entaché d'un vice de procédure faute d'avoir été précédé de l'étude d'impact prévue par la circulaire n° 5817/SG du Premier ministre du 12 octobre 2015 ;

- les articles 9 et 17 du règlement local de publicité, en particulier les paragraphes 9.2, 9.3, 17.2 et 17.3, sont illégaux dès lors qu'ils constituent une interdiction déguisée de la publicité et des enseignes numériques et lumineuses et, en tout état de cause, sont entachés d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation de la luminance fixée pour les publicités et les enseignes numériques aux paragraphes 9.2 et 17.2 méconnaît l'objectif à valeur constitutionnelle de clarté et d'intelligibilité de la norme et est entachée d'erreur de droit pour avoir poursuivi un objectif de sécurité routière qui relève de l'application du code de la route et d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation de la surface des publicités et enseignes à l'intérieur des vitrines des locaux commerciaux prévue aux paragraphes 9.3.1 et 17.3.1 du règlement local de publicité porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté de l'affichage et de la publicité et est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation de la luminance fixée pour les publicités et les enseignes numériques à l'intérieur des vitrines des locaux commerciaux prévue aux paragraphes 9.3.2 et 17.3.2 du règlement local de publicité est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- l'interdiction des dispositifs publicitaires scellés au sol en zone 3 et la limitation de leur format à 4 m² par l'article 5 du règlement local de publicité, associées à la règle de densité de l'article 7 du même règlement, constituent une interdiction déguisée illégale de ce type de dispositif, portent une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté d'expression et d'affichage et sont entachées d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- la limitation à 10 cm des saillies des dispositifs publicitaires sur façade par l'article 3 du règlement local de publicité constitue une interdiction déguisée de certains dispositifs publicitaires mécanisés et est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- l'article 3 du règlement local de publicité est entaché d'erreur de droit dès lors qu'il ne traite pas du cas de l'affichage sur des murs disposant d'ouvertures et, en ce sens, il constitue une interdiction déguisée de l'affichage sur ce type de murs, porte une atteinte disproportionnée au droit de propriété et est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- le paragraphe 3.3 du règlement local de publicité constitue une interdiction déguisée de la publicité sur bâche et est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation ;

- l'article 4 du règlement local de publicité relatif à la publicité sur clôture, en tant qu'il régit la publicité sur palissade de chantier, constitue une interdiction déguisée de ce type de dispositif et est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

Par trois mémoires, enregistrés les 22 juillet 2023 et 23 janvier et 16 avril 2024, Rennes métropole, représentée par Mes Mialot et Poulard (Selarl Mialot Avocats), conclut au rejet de la requête et à ce qu'il soit mis à la charge de l'Union de la publicité extérieure une somme de 3 000 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Elle fait valoir que :

- l'Union de la publicité extérieure ne justifie pas d'un intérêt à agir contre la délibération contestée ;

- le moyen tiré du défaut de fiche d'impact est inopérant, la circulaire du Premier ministre du 12 octobre 2015 ne s'adressant pas aux collectivités territoriales ;

- les autres moyens soulevés par l'Union de la publicité extérieure ne sont pas fondés.

Vu les autres pièces des dossiers.

Vu :

- la Constitution, notamment son préambule ;
- la convention d'Aarhus signée le 25 juin 1998 ;
- le code de l'environnement ;
- le code général des collectivités territoriales ;
- le code des relations entre le public et l'administration ;
- le code de la route ;
- le code du travail ;
- le code de l'urbanisme ;
- le décret n° 2015-510 du 7 mai 2015 ;
- le code de justice administrative.

Les parties ont été régulièrement averties du jour de l'audience.

Ont été entendus au cours de l'audience publique :

- le rapport de M. Desbourdes ;
- les conclusions de M. Martin, rapporteur public ;
- et les observations de Me Chénéde, représentant le GIE Grand Quartier, de M. B..., représentant la société Signali, de M. C..., représentant la société Affiouest, de Me Derer, représentant l'Union de la publicité extérieure, et de Me Garrigue, représentant Rennes métropole.

Une même note en délibéré, présentée dans les quatre instances n°s 2204409, 2204411, 2204555 et 2504578 pour Rennes métropole, a été enregistrée le 10 octobre 2025.

Considérant ce qui suit :

1. Par une délibération du 19 novembre 2020, le conseil de Rennes métropole a prescrit l'élaboration de son règlement local de publicité. Le projet de ce règlement arrêté par délibération du conseil de Rennes métropole du 18 novembre 2021 a été soumis à une enquête publique du 16 mars au 14 avril 2022. Par leurs quatre requêtes, qu'il y a lieu de joindre, le GIE Grand Quartier, la SAS Signali, la SAS Affiouest et l'Union de la publicité extérieure demandent au tribunal d'annuler en tout ou partie la délibération du 30 juin 2022 par laquelle le conseil de Rennes métropole a approuvé son règlement local de publicité.

Sur l'intervention du syndicat national de la publicité extérieure dans l'instance n° 2204411 introduite par la société Signali :

2. Il ressort des pièces du dossier que le syndicat national de la publicité extérieure a notamment pour objet de représenter, promouvoir et défendre l'ensemble des acteurs de la publicité extérieure adhérant à ses statuts dans le respect de la protection du cadre de vie et de l'environnement, de la sobriété énergétique et de la transition écologique ainsi que de défendre les droits, les intérêts moraux et matériels, tant collectifs qu'individuels, des entreprises de publicité extérieure adhérentes, devant toutes les juridictions concernées. A... ces conditions, ce syndicat, auquel la société Signali indique sans être sérieusement contestée avoir adhéré, justifie

d'un intérêt suffisant à intervenir. Son intervention ayant été présentée par mémoire distinct et motivé, elle doit être admise dans la limite des conclusions à fin d'annulation partielle présentées par la société Signali.

Sur la fin de non-recevoir opposée par Rennes métropole à l'Union de la publicité extérieure :

3. Il résulte des stipulations de l'article 2 des statuts de l'Union de la publicité extérieure que ce syndicat professionnel régi par le code du travail a pour buts notamment de défendre l'ensemble des métiers de la publicité extérieure, et de promouvoir et défendre les droits, les intérêts moraux et matériels des entreprises de publicité extérieure, tant collectifs qu'individuels devant toutes les juridictions concernées. Au regard de la portée de la délibération attaquée, qui limite les conditions dans lesquelles tous les types de publicité extérieure peuvent être installés sur le territoire d'une métropole de quarante-trois communes comprenant une agglomération et une unité urbaine principale de plus de 100 000 habitants, l'Union de la publicité extérieure, compte-tenu de son objet statutaire, justifie d'un intérêt à agir. Par suite, la fin de non-recevoir qui lui est opposée par Rennes métropole doit être écartée.

Sur les conclusions à fin d'annulation :

En ce qui concerne le moyen tiré du défaut de fiche ou d'étude d'impact et de diagnostic préalables :

4. Si, aux termes de l'article R. 581-73 du code de l'environnement, « *le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic* », il ne résulte pas de ces dispositions que la rédaction d'un tel diagnostic serait imposée aux auteurs d'un règlement local de publicité avant l'adoption de la délibération en prescrivant l'élaboration. Il résulte seulement des mêmes dispositions que ce diagnostic doit figurer dans le rapport de présentation du règlement local de publicité.

5. Le point 2 de la circulaire du Premier ministre du 12 octobre 2015 relative à l'évaluation préalable des normes et à la qualité du droit, aux termes duquel « Les projets de textes réglementaires ayant un impact significatif sur les entreprises et le public doivent être accompagnés d'une fiche d'impact » de même que les circulaires du Premier ministre des 17 février 2011 et 17 juillet 2013 relatives à la simplification des normes, se bornent à fixer des orientations pour l'organisation du travail gouvernemental. Le Syndicat national de la publicité extérieure et l'Union de la publicité extérieure ne peuvent donc utilement les invoquer à l'encontre du règlement local de publicité de Rennes métropole.

6. Aux termes de l'article 8 du décret du 7 mai 2015 portant charte de la déconcentration : « *I. - L'étude d'impact prévue par la loi organique du 15 avril 2009 susvisée doit permettre, s'agissant des projets de loi ayant des conséquences sur les missions ou l'organisation des services déconcentrés de l'Etat, de vérifier les coûts et bénéfices attendus, notamment l'adéquation entre les objectifs poursuivis et les contraintes et moyens des services déconcentrés. / II. - L'ensemble des projets de texte réglementaire ayant des conséquences sur les missions et l'organisation des services déconcentrés de l'Etat font également l'objet d'une fiche d'impact préalable qui doit permettre de vérifier l'adéquation entre les objectifs poursuivis et les contraintes et moyens des services déconcentrés. Cette fiche d'impact est jointe aux projets dès leur transmission en vue des discussions interministérielles. / Les projets de décret en Conseil d'Etat sont transmis à celui-ci accompagnés de cette fiche d'impact.* ».

7. Ces dispositions, comprises dans le chapitre II de ce décret relatif aux relations entre les administrations centrales et les services déconcentrés de l'État, ne sont pas opposables aux collectivités territoriales et ne sauraient par conséquent être utilement invoquées par le Syndicat national de la publicité extérieure à l'encontre du règlement local de publicité de Rennes métropole. Par suite, les moyens tirés du défaut de fiche ou d'étude d'impact et de diagnostic préalables doivent être écartés.

En ce qui concerne les moyens relatifs à la délibération du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité :

8. Eu égard à l'objet et à la portée de la délibération prescrivant l'élaboration ou la révision du règlement local de publicité et définissant les modalités de la concertation, sa légalité de même que l'accomplissement des formalités de publicité conditionnant son entrée en vigueur ne peuvent être utilement contestés à l'appui du recours pour excès de pouvoir formé contre la délibération approuvant le règlement local de publicité. Par suite les moyens tirés de ce que la délibération du 19 novembre 2020 méconnaîtrait les dispositions de l'article L. 300-2 du code de l'urbanisme et de ce que, faute qu'il soit établi que les formalités de publicité requises aient été dûment accomplies, cette même délibération ne serait pas exécutoire, ne peuvent être utilement invoqués à l'encontre de la délibération du 30 juin 2022 par laquelle le conseil de Rennes métropole a approuvé son règlement local de publicité.

En ce qui concerne les moyens relatifs à la concertation préalable :

S'agissant du moyen tiré du défaut d'accès au diagnostic prévu par l'article R. 581-73 du code de l'environnement au cours de la concertation préalable :

9. Les modalités d'une concertation préalable doivent notamment permettre au public d'accéder aux informations relatives au projet concerné. Toutefois, aucune disposition législative ou réglementaire n'impose la finalisation, au cours de la concertation préalable, de la rédaction du « diagnostic » sur lequel doit s'appuyer le rapport de présentation selon les termes de l'article R. 581-73 du code de l'environnement, ni par conséquent la possibilité de le consulter avant qu'il ne soit achevé, cet achèvement intervenant au plus tard à la date à laquelle le projet de règlement local de publicité est arrêté. Par suite, la société Affiouest ne peut utilement faire valoir que ce diagnostic n'aurait pas pu être consulté au cours de la concertation préalable.

S'agissant du moyen tiré du défaut d'accès au projet de règlement local de publicité au plus tard à la date à laquelle ses orientations générales ont été débattues :

10. Il résulte des dispositions du chapitre III du titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, auxquelles renvoient celles de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, que le projet de règlement local de publicité n'est finalisé pour la première fois qu'à la date à laquelle il est arrêté par délibération de l'organe délibérant de la collectivité territoriale compétente, cette délibération intervenant après une délibération prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité et un débat sur les orientations générales du règlement. Dès lors, la société Affiouest ne peut utilement faire valoir qu'elle n'a pas été mise en mesure de consulter l'entier projet de règlement local de publicité à la date à laquelle le conseil de Rennes métropole a prescrit l'élaboration de son règlement local de publicité puis en a débattu les orientations générales.

S'agissant des moyens relatifs aux vices propres de la délibération du bureau métropolitain du 14 octobre 2021 tirant le bilan de la concertation :

11. L'article L. 581-14-1 du code de l'environnement renvoie, pour l'élaboration d'un règlement local de publicité, à la procédure d'élaboration du plan local d'urbanisme définie au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme. Or, si, en vertu du a) de l'article L. 103-2 du code de l'urbanisme, l'élaboration d'un plan local d'urbanisme est soumise à la procédure de concertation telle qu'elle est définie aux articles L. 103-2 à L. 103-6 de ce code, cette exigence n'est pas prévue par le titre V du livre Ier du même code mais par le titre préliminaire de ce livre. Si le titre V du livre Ier du code de l'urbanisme fait référence à une procédure de concertation, il ne renvoie pas, pour le bilan de la concertation, aux dispositions de l'article L. 103-6 du code de l'urbanisme. Par suite, ces dispositions ne sauraient être utilement invoquées par le GIE Grand Quartier pour contester la compétence du bureau métropolitain pour tirer le bilan de la concertation préalable à l'arrêt du projet de règlement local de publicité de Rennes métropole.

12. Aux termes de l'article L. 5211-10 du code général des collectivités territoriales : *« Le président, les vice-présidents ayant reçu délégation ou le bureau dans son ensemble peuvent recevoir délégation d'une partie des attributions de l'organe délibérant à l'exception : (...) / 7° Des dispositions portant orientation en matière d'aménagement de l'espace communautaire, d'équilibre social de l'habitat sur le territoire communautaire et de politique de la ville. (...) ».*

13. En application de ces dispositions, par délibération du 9 juillet 2020, le conseil de Rennes métropole a délégué au bureau l'ensemble de ses attributions à l'exception notamment des dispositions portant orientation en matière d'aménagement de l'espace communautaire, d'équilibre social de l'habitat sur le territoire métropolitain et de politique de la ville. La délibération du bureau du 14 octobre 2021, qui se borne à tirer le bilan de la concertation tenue préalablement à l'adoption de la délibération arrêtant le projet de règlement local de publicité, ne contient aucune disposition portant orientation en matière d'aménagement de l'espace communautaire au sens du 7° de l'article L. 5211-10 du code général des collectivités territoriales et ne fait pas davantage partie des matières qui n'ont pas été déléguées au bureau en vertu de la délibération du 9 juillet 2020. Par suite, le moyen tiré de ce que le bureau n'était pas compétent pour tirer, le 14 octobre 2021, le bilan de la concertation, doit être écarté, nonobstant les diverses circonstances invoquées par la société Affiouest quant aux mentions portées sur la délibération du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité de Rennes métropole.

14. Pour les mêmes motifs que ceux exposés au point 11, la société Affiouest ne peut utilement invoquer l'article L. 103-2 du code de l'urbanisme à l'appui de son moyen tiré du caractère prématuré de la délibération tirant le bilan de la concertation. Si, en tout état de cause, une concertation préalable a vocation à associer le public au cours de l'élaboration d'un projet, un tel principe n'interdit pas que le bilan de la concertation soit tiré une ou plusieurs semaines avant que le projet ne soit arrêté, tant que les modifications apportées à ce projet pour le finaliser ne présentent pas un caractère substantiel et n'ont dès lors pas privé le public d'une concertation effective. Il ne ressort pas des pièces du dossier qu'entre le 14 octobre 2021, date à laquelle le bilan de la concertation a été tiré, et le 18 novembre 2021, date à laquelle le projet de règlement local de publicité a été arrêté, les services de Rennes métropole auraient apporté au projet des modifications telles qu'elles auraient privé le public d'une concertation effective. Par suite, le moyen tiré du caractère prématuré de la délibération tirant le bilan de la concertation doit être écarté.

S'agissant du moyen tiré du caractère insuffisant du bilan de la concertation :

15. Le bilan de la concertation auquel renvoie la délibération du bureau du conseil de Rennes métropole du 14 octobre 2021 est composé d'un document de synthèse d'une vingtaine de pages récapitulant les différentes modalités de concertation, précisant le contenu du dossier de la concertation et récapitulant par orientation et par public ciblé les observations qui ont été présentées au cours de la concertation. En outre, il comporte, en annexe, une revue de presse de la concertation ainsi qu'un tableau de synthèse des contributions des acteurs plus spécifiquement ciblés au cours de la concertation détaillant les réponses qui y ont été apportées dans le projet arrêté de règlement local de publicité. Par suite, le moyen de la société Affiouest tiré de ce que le bilan de la concertation aurait été insuffisamment tiré doit être écarté.

S'agissant du moyen tiré de ce que Rennes métropole n'aurait procédé qu'à un « simulacre » de concertation :

16. Enfin, il ressort du bilan de la concertation que Rennes métropole a, premièrement, progressivement monté un dossier de concertation tenu à la disposition du public ayant compris la délibération prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité, un support pédagogique expliquant les fondamentaux de ce règlement, trois fiches thématiques sur la procédure, la délibération du 17 juin 2021 relative au débat sur les orientations générales du règlement local de publicité et la présentation détaillée de ces orientations générales, deuxièmement, créé une page dédiée à l'élaboration du règlement local de publicité sur son site internet, troisièmement, publié des articles dans les bulletins métropolitains et communaux ainsi que des actualités sur les réseaux sociaux, quatrièmement, permis au public de contribuer par voie dématérialisée et écrite et, cinquièmement, organisé deux rencontres avec les afficheurs et « enseignants », deux rencontres avec les associations intéressées, deux rencontres avec les acteurs économiques et une rencontre avec le conseil de développement de la métropole de Rennes. A... ces conditions, et alors que la société Affiouest ne soutient pas que ces modalités de la concertation décidées par la délibération du 19 novembre 2020 n'auraient pas été effectivement respectées, elle ne saurait sérieusement déduire des autres moyens qu'elle invoque – lesquels doivent être écartés ainsi qu'il a été dit – que Rennes métropole n'aurait pas procédé à une réelle concertation du public. Par suite, le moyen tiré de ce que Rennes métropole aurait procédé à un « simulacre » de concertation doit être écarté.

S'agissant du moyen tiré du défaut de réitération d'une concertation au regard des dispositions du projet arrêté mettant en œuvre les nouvelles dispositions de l'article L. 581-14-4 du code de l'environnement :

17. Aux termes de l'article 7 de la Charte de l'environnement : « Toute personne a le droit, dans les conditions et les limites définies par la loi, d'accéder aux informations relatives à l'environnement détenues par les autorités publiques et de participer à l'élaboration des décisions publiques ayant une incidence sur l'environnement. ». En ce qu'il renvoie à la procédure d'élaboration du plan local d'urbanisme, laquelle prévoit une concertation préalable et une enquête publique, l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement précise les conditions et les limites dans lesquelles le principe de participation du public défini à l'article 7 de la Charte de l'environnement est applicable à l'élaboration des règlements locaux de publicité. Par suite, l'Union de la publicité extérieure ne peut utilement se prévaloir des dispositions de l'article 7 de la Charte de l'environnement pour soutenir que le principe de participation du public aurait été méconnu faute de réitération d'une nouvelle concertation sur les dispositions finalement insérées au projet de règlement local de publicité sur le fondement de l'article L. 581-14-4 du code de l'environnement.

18. Si les paragraphes 2, 3 et 4 de l'article 6 de la convention sur l'accès à l'information, la participation du public au processus décisionnel et l'accès à la justice en matière d'environnement signée à Aarhus le 25 juin 1998 sont d'effet direct en raison de leur libellé, ils ne régissent la participation du public au processus décisionnel en matière d'environnement qu'en ce qui concerne les activités particulières mentionnées à l'annexe I à cette convention, laquelle ne comprend ni les enseignes ni l'affichage publicitaire. Si cette convention comporte également des stipulations dans son article 7 relatif à la participation du public en ce qui concerne les plans, programmes et politiques relatifs à l'environnement et dans son article 8 relatif à la participation du public durant la phase d'élaboration de dispositions réglementaires et/ou d'instruments normatifs juridiquement contraignants d'application générale, ces stipulations ne sont pas d'effet direct en droit interne. Par suite, l'Union de la publicité extérieure ne peut utilement invoquer les stipulations de la convention d'Aarhus.

19. La légalité d'un règlement local de publicité devant être appréciée à la date à laquelle il est approuvé, un tel règlement peut comporter légalement toute mesure autorisée par la loi à cette date. Ainsi, sous réserve de ne pas compromettre les objectifs initialement décidés dans la délibération du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration de son règlement local de publicité, il était loisible à Rennes métropole, au cours de l'élaboration de son projet, d'y ajouter des mesures réglementaires mettant en œuvre les dispositions de l'article L. 581-14-4 du code de l'environnement issues de la loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets. Il ressort des pièces du dossier que les mesures réglementaires ainsi ajoutées sur ce fondement au projet de règlement local de publicité s'inscrivaient dans l'objectif de mise en œuvre de la transition écologique et énergétique et résultaient de la concertation préalable, le public ayant, selon le bilan de cette concertation, souligné le besoin d'encadrer les dispositifs numériques installés à l'intérieur des vitrines des locaux commerciaux. A... ces conditions, l'Union de la publicité extérieure n'est pas fondée à soutenir que Rennes métropole aurait dû poursuivre davantage la procédure de concertation préalable ou en réinitier une nouvelle.

En ce qui concerne les moyens relatifs à l'enquête publique :

S'agissant du moyen relatif à la composition du dossier d'enquête :

20. Il ressort des pièces du dossier, notamment tant de la liste des pièces administratives composant le dossier d'enquête que du rapport de la commission d'enquête, que ce dossier comportait le bilan de la concertation tiré par la délibération du bureau du conseil de Rennes métropole le 14 octobre 2021. Par suite, le moyen tiré du défaut d'insertion du bilan de la concertation dans le dossier de l'enquête publique doit être écarté.

S'agissant du moyen tiré de l'insuffisance du rapport de la commission d'enquête :

21. Aux termes de l'article R. 123-19 du code de l'environnement : « (...) la commission d'enquête établit un rapport qui relate le déroulement de l'enquête et examine les observations recueillies. / Le rapport comporte le rappel de l'objet du projet, plan ou programme, la liste de l'ensemble des pièces figurant dans le dossier d'enquête, une synthèse des observations du public, une analyse des propositions produites durant l'enquête et, le cas échéant, les observations du responsable du projet, plan ou programme en réponse aux observations du public. (...) ».

22. Pour les mêmes motifs que ceux exposés au point 8, la société Affiouest ne peut utilement invoquer le moyen tiré du défaut de vérification, dans le rapport de la commission d'enquête, du caractère exécutoire de la délibération du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité.

En ce qui concerne les moyens tirés du vice de forme entachant le rapport de présentation :

23. Aux termes de l'article R. 581-73 du code de l'environnement : « *Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.* ».

24. Le rapport de présentation du règlement local de publicité de Rennes métropole comprend, à partir de la page 69, vingt-huit pages de justifications du règlement local de publicité, comprenant à la fois des justifications d'ensemble et des justifications plus détaillées des différentes dispositions réglementaires approuvées. Si, en particulier, l'exception accordée aux enseignes numériques des établissements culturels, intégrées lors de la conception de leurs bâtiments, est seulement rappelée par le rapport de présentation sans faire l'objet d'une justification précise, le rapport de présentation doit être lu comme justifiant de cette exception eu égard au caractère particulier des établissements culturels. Par suite, le moyen du GIE Grand Quartier tiré du vice de forme du rapport de présentation doit être écarté.

25. Par ailleurs, si l'autorité compétente en matière de règlement local de publicité doit tenir compte, pour l'adoption de son règlement, sous le contrôle du juge de l'excès de pouvoir, des principes généraux du droit relatifs à la liberté du commerce et de l'industrie, à la liberté d'expression et aux règles de la concurrence, il ne résulte d'aucune disposition législative ou réglementaire et notamment pas de celles de l'article R. 581-73 précité du code de l'environnement que le rapport de présentation d'un tel règlement serait tenu d'exposer, pour l'explication des choix retenus, dans quelle mesure l'autorité administrative a entendu concilier les mesures réglementaires adoptées avec ces principes généraux du droit. Par suite, alors au demeurant que le rapport de présentation du règlement local de publicité de Rennes métropole, notamment son diagnostic, permet d'apprécier les atteintes qu'il entend porter à ces libertés ainsi qu'aux règles de la concurrence, le moyen tiré du vice de forme entachant le rapport de présentation soulevé par la société Signali doit être écarté.

En ce qui concerne le moyen tiré du défaut de détermination des indicateurs d'évaluation du règlement local de publicité :

26. Aux termes de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement : « *Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme. (...)* ». S'il résulte de ces dispositions qu'un règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures éponymes applicables aux plans locaux d'urbanisme, il ne résulte en revanche ni de ces dispositions, ni d'aucune autre disposition législative ou réglementaire, qu'un règlement local de publicité serait soumis à une procédure d'évaluation. Dès lors, la délibération du 30 juin 2022 n'est pas illégale, ni davantage le rapport de présentation du règlement local de publicité entaché d'un vice de forme, à défaut pour ce

dernier document d'avoir identifié les indicateurs nécessaires à l'analyse des résultats de l'application du règlement local de publicité. Par suite, le moyen tiré de la méconnaissance des articles L. 153-27 et R. 151-4 du code de l'urbanisme doit être écarté comme inopérant.

À titre liminaire, en ce qui concerne l'ensemble des moyens de légalité interne :

27. Aux termes de l'article L. 581-1 du code de l'environnement : « *Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre.* ». Aux termes de l'article L. 581-14 du même code : « *L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, la métropole de Lyon ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10. / Sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. (...)* ». Aux termes de l'article L. 581-14-4 de ce code : « *Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité 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. (...)* ». Aux termes de l'article L. 581-18 de ce même code : « *Un décret en Conseil d'État fixe les prescriptions générales relatives à l'installation et à l'entretien des enseignes en fonction des procédés utilisés, de la nature des activités ainsi que des caractéristiques des immeubles où ces activités s'exercent et du caractère des lieux où ces immeubles sont situés. Ce décret fixe également des prescriptions relatives aux enseignes lumineuses afin d'économiser l'énergie et de prévenir ou limiter les nuisances lumineuses mentionnées au chapitre III du présent titre. / Le règlement local de publicité mentionné à l'article L. 581-14 peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'État. (...)* ».

28. Dès lors que l'exercice de pouvoirs de police administrative est susceptible d'affecter des activités de production, de distribution ou de services, la circonstance que les mesures de police ont pour objectif la protection de l'ordre public ou, dans certains cas, la sauvegarde des intérêts spécifiques que l'administration a pour mission de protéger ou de garantir n'exonère pas l'autorité investie de ces pouvoirs de police de l'obligation de prendre en compte également la liberté du commerce et de l'industrie, les règles de concurrence ainsi que la liberté d'expression. Il appartient au juge de l'excès de pouvoir d'apprécier la légalité de ces mesures de police administrative en recherchant si elles ont été prises compte tenu de l'ensemble de ces objectifs et de ces règles et si elles en ont fait, en les combinant, une exacte application. Tel est notamment le cas de la réglementation locale de l'affichage qui, tout en ayant pour objectif la protection du cadre de vie, est susceptible d'affecter l'activité économique de l'affichage.

29. Par ailleurs, le principe d'égalité ne s'oppose pas à ce que l'autorité investie du pouvoir réglementaire règle de façon différente des situations différentes, pourvu que la différence de traitement qui en résulte soit en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit et ne soit pas manifestement disproportionnée au regard des différences de situation susceptibles de la justifier.

30. Enfin, si le juge de l'excès de pouvoir exerce un contrôle entier du respect des droits et libertés mentionnés au point 28 et un contrôle du respect du principe d'égalité dans les conditions mentionnées au point précédent, il n'exerce, au-delà, qu'un contrôle restreint, limité à la recherche d'une erreur manifeste d'appréciation sur la délimitation des zones de publicité et sur le bien-fondé des prescriptions spéciales qui y sont édictées.

31. Il ressort du rapport de présentation du règlement local de publicité de Rennes métropole que six « sous ambiances » urbaines et paysagères ont été identifiées sur son territoire, à savoir la campagne, les interfaces ville-campagne, les entrées et traversées de ville, les centres-villes et centres-bourgs, les secteurs d'habitat et de tissus mixtes et les zones d'activité. Au vu des enjeux communs qui les caractérisent, les centres-villes et centres-bourgs, qui comprennent eux-mêmes de l'habitat, et les secteurs d'habitat et de tissus mixtes, ont fait l'objet d'un même zonage « Z1 » en y distinguant néanmoins deux secteurs « Z1a » et « Z1b » en fonction de l'appartenance ou non de ces secteurs à l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants de Rennes. Les entrées et traversées de ville comprises dans la zone « Z1a » répondant à des enjeux différents, c'est-à-dire les grandes pénétrantes intra-rocade qui traversent les tissus urbains mixtes des agglomérations du cœur de la métropole lorsqu'elles ne sont pas bordées de tissus à dominante résidentielle ou de franges paysagères, ont, quant à elles, fait l'objet d'un zonage « Z3 ». Enfin, compte tenu de leurs enjeux propres, les zones d'activité, où la publicité a davantage vocation à être présente, font l'objet d'un zonage « Z2 » distingué en deux secteurs « Z2a » et « Z2b » en fonction de l'appartenance ou non de la zone à l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants de Rennes. Quant aux espaces hors agglomération, ils ne font l'objet d'aucun zonage et restent soumis aux limitations prévues au chapitre Ier du titre VIII du livre V du code de l'environnement.

En ce qui concerne les moyens dirigés contre le paragraphe 3 du règlement local de publicité relatif aux publicités et préenseignes sur façade :

S'agissant du paragraphe 3.1.1 limitant la surface unitaire des publicités et préenseignes sur façade à 2 m² en zone n° 1 et 4 m² en zones n°s 2 et 3 :

32. Ainsi que le précise le rapport de présentation, à défaut pour le règlement local de publicité de Rennes métropole d'avoir défini la notion de surface unitaire des dispositifs publicitaires, celui-ci doit être lu comme ayant limité non la surface de la seule affiche apposée sur le dispositif, mais celle de l'ensemble du dispositif, support compris. Au contraire, s'agissant du mobilier urbain dont les dimensions n'ont pas vocation à être définies par le règlement local de publicité, la limitation de la surface unitaire de leurs publicités et préenseignes ne concerne que leurs seules affiches. Il en résulte que, en particulier en zone n° 1 où la surface unitaire des publicités et préenseignes est limitée à 2 m², seul le mobilier urbain bénéficie de la possibilité d'utiliser des affiches d'un format standard de cette surface, alors que, généralement placé sur le domaine public routier, il y dispose d'une meilleure visibilité que la publicité apposée sur façade privée. De même, alors que la publicité sur façade privée dispose du même désavantage d'éloignement par rapport aux voies publiques par rapport au mobilier urbain dans les zones n°s 2 et 3, un format standard moyen d'affiche de 4 m² n'est pas non plus effectivement autorisé. Ainsi, alors que le diagnostic du rapport de présentation constate que la majorité des dispositifs existants qui présentent des affiches d'un format de 8 m² ou plus, soit 80 %, ont vocation à être enlevés pour l'application du règlement local de publicité, il en sera vraisemblablement de même pour les 20 % restants qui disposent de formats d'affiches standards de 2 ou 4 m² hors comptabilisation de leur support, de sorte que le règlement local de publicité pourrait rendre en réalité non conforme la quasi-totalité du parc publicitaire existant. Le rapport de présentation, qui reconnaît l'atteinte volontairement portée au parc publicitaire existant pour en forcer le renouvellement, vise pourtant une restriction « homogène » des dispositifs d'affichage extérieur

« dans une logique d'équité et d'égalité de traitement des activités et des citoyens » et « pour une plus grande cohérence paysagère ». Il indique que la réduction à 2 m² des formats de publicité sur le mobilier urbain d'information serait cohérente avec la réduction des formats à 2 m² en zone n° 1 correspondant aux trois quarts du territoire aggloméré. Le rapport de présentation reconnaît pourtant, ainsi que le fait valoir la société Signali, que les panneaux publics d'affichage sont plus visibles que les publicités et préenseignes sur façades, clôtures voire scellées au sol, et le rapport expose que le règlement aurait ainsi pourtant davantage limité la surface unitaire autorisée au mobilier urbain. Cependant, ainsi qu'il vient d'être dit, cela est inexact en zone n° 1 où le mobilier urbain est doublement favorisé et cela doit être fortement relativisé en zones n° 2 et 3. Ainsi et à rebours de la logique de protection du cadre de vie, qui aurait dû conduire à imposer des règles au moins équivalentes en zone n° 1 au mobilier urbain ainsi qu'aux publicités et préenseignes sur parcelles privées et, à permettre, à tout le moins, les formats standards de petite et de moyenne dimensions aux afficheurs privés en zones n° 2 et 3, la société Signali est fondée à soutenir que les limitations de surface unitaire imposées « support compris » par le paragraphe 3.1.1 aux publicités et préenseignes hors mobilier urbain ne sont pas sérieusement justifiées par l'objectif de protection du cadre de vie et créent une distorsion de traitement conduisant à avantager le mobilier urbain alors qu'il est reconnu plus impactant que la publicité sur terrains privés. Par suite, la société Signali est fondée à soutenir que le paragraphe 3.1.1, en tant qu'il régit la surface unitaire de l'ensemble du dispositif publicitaire et non de la seule affiche, méconnaît le principe d'égalité en ce qui concerne sa limitation en zone n° 1, et, en ce qui concerne l'ensemble des zones, porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

33. Par ailleurs, ainsi que le soutiennent la société Affiouest et l'Union de la publicité extérieure, le règlement local de publicité de Rennes métropole emporte une interdiction générale et absolue des grands formats publicitaires d'une surface supérieure ou égale à 8 m². Le règlement local de publicité a ainsi pour objet de fermer le marché spécifique du grand format publicitaire sur le territoire de quarante-trois communes comprenant plus de 460 000 habitants ainsi que l'agglomération la plus importante de la région Bretagne. Si pour justifier ce choix, le rapport de présentation fait état d'un objectif général d'apaisement de la « ville-archipel » dans laquelle les mobilités douces sont privilégiées sinon les vitesses de circulation limitées, la limitation des vitesses de circulation automobile à 30 km/h par principe à l'intérieur de l'agglomération et leur maintien à 50 km/h par exception ne sauraient justifier à eux seuls une interdiction générale et absolue d'un marché cohérent. En particulier, cette interdiction n'est pas justifiée dans les zones d'activité de l'unité urbaine de Rennes, c'est-à-dire dans le secteur 2a de la zone n° 2, où, d'une part, les vitesses de circulation ont, dans la plupart des cas, été maintenues à 50 km/h, et la lisibilité des petites et moyennes affiches n'est pas démontrée, alors d'autre part que l'enjeu de protection du cadre de vie y est faible en comparaison de l'atteinte qui est portée au secteur économique de l'affichage extérieur qui concentre une partie principale de son activité dans ce secteur 2a et dès lors enfin que la pression publicitaire pouvait y être réduite de manière proportionnée à l'aide de la seule règle de densité prévue à l'article 7 du règlement local de publicité eu égard aux seuls enjeux, objectifs et orientations identifiés dans le rapport de présentation. Partant, la société Affiouest et l'Union de la publicité extérieure sont également fondées à soutenir que l'interdiction du format de 8 m² des dispositifs publicitaires muraux, encadrement non compris, dans le secteur 2a de la zone n° 2 est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation.

34. En revanche, le choix de limiter les plus grands formats à 2 m², dans les zones résidentielles, et à 4 m² le long des axes structurants d'entrée dans le cœur de métropole et dans les zones d'activité situées en dehors de l'unité urbaine de Rennes, en lien avec l'objectif général d'apaisement de la « ville-archipel » dans laquelle les mobilités douces sont privilégiées sinon les vitesses de circulation limitées, reste proportionné, dans ces conditions particulières, à

l'objectif de protection du cadre de vie poursuivi tant que, ainsi qu'il résulte des deux points précédents, des formats standards restent accessibles aux afficheurs privés dans l'ensemble des zones et que le format de 8 m² reste accessible dans le secteur le moins sensible de la métropole, c'est-à-dire le secteur 2a de la zone n° 2. Par suite, en tant qu'il va au-delà de la considération du mode de calcul de la surface unitaire pour l'ensemble des zones, et de la contestation de l'interdiction du grand format de 8 m² en secteur 2a de la zone n° 2, le moyen, présenté par la société Affiouest et par l'Union de la publicité extérieure, tiré de l'erreur manifeste d'appréciation du paragraphe 3.1.1 du règlement local de publicité, doit être écarté.

S'agissant du paragraphe 3.1.2 limitant à 5 m la hauteur des publicités et préenseignes sur façade :

35. Ces dispositions réduisent de 2,50 m ou d'1 m seulement la hauteur des publicités murales par rapport à ce qu'autorise le règlement national de publicité aux I et II de son article R. 581-26 du code de l'environnement, selon la situation du dispositif mural dans les agglomérations ou unités urbaines de plus ou moins 100 000 habitants. Selon le rapport de présentation, cette diminution de la hauteur des dispositifs muraux a été décidée afin de maintenir un rapport d'échelle cohérent avec la limitation du format à 2 ou 4 m² et avec le champ de visibilité des différents usagers. La société Signali fait valoir que cette hauteur limite les vues offertes sur les dispositifs muraux en présence de murs de clôture ou de haies du point de vue des véhicules et piétons circulant du côté où se trouve l'affiche. Cependant, d'une part, les clôtures ou les haies sont elles-mêmes limitées en taille par les dispositions du règlement du plan local d'urbanisme de Rennes métropole et ne sauraient excéder 1,80 m à 2 m dans la plupart des cas et, d'autre part, la démonstration de la société requérante qui tient seulement compte des vues portées sur des affiches depuis des points de vue situés en contrebas, n'exclut pas les vues portées sur les affiches depuis des points de vue davantage distants, notamment pour des piétons situés sur le trottoir opposé. Ainsi, alors que la règle contestée est en rapport avec l'objectif de protection du cadre de vie poursuivi par Rennes métropole et ne porte pas une atteinte manifestement disproportionnée à l'intérêt des supports muraux, la société Signali n'est pas fondée à soutenir que le paragraphe 3.1.2 méconnaîtrait le principe d'égalité, porterait une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie ou serait entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

S'agissant du paragraphe 3.1.3 imposant une distance minimale de 0,50 m par rapport aux limites latérales de la façade :

36. Il ressort du rapport de présentation que cette disposition s'inspire de celle du règlement national qui, par l'article R. 581-27 du code de l'environnement, interdit à la publicité non lumineuse d'être apposée à moins de 0,50 m du sol. Selon le même rapport, cette règle est imposée « pour ne pas occulter les lignes de composition de façade, et notamment celles des pignons ». Cette disposition, qui est en rapport avec l'objectif de protection du cadre de vie poursuivi et régit spécifiquement les dispositifs muraux eu égard à leur spécificité, ne méconnaît pas le principe d'égalité vis-à-vis du mobilier urbain. Si la société Signali fait valoir que cette règle empêcherait l'utilisation de certains pans de façade étroits, la seule existence de quelques cas particuliers ne permet pas de caractériser une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie.

S'agissant du paragraphe 3.1.4 limitant à 10 cm la saillie des publicités et préenseignes sur façade :

37. Ces dispositions réduisent de trois cinquièmes les possibilités de saillies déjà limitées par le règlement national de publicité à 25 cm, aux termes de son article R. 581-28 du code de l'environnement. Selon le rapport de présentation, cette saillie concerne l'ensemble des éléments composant le dispositif, c'est-à-dire l'affiche, son encadrement et son dispositif d'éclairage éventuel, en vue de ne pas créer des débords trop importants en épaisseur des murs, et pour rester dans un rapport d'échelle cohérent avec la surface du dispositif. Toutefois, alors que des débords limités à 25 cm n'apparaissent pas particulièrement importants dans l'absolu, les saillies permises par le règlement national autorisent l'utilisation de procédés divers de publicité lumineuse qui participent à la liberté de l'affichage, composante de la liberté d'expression, à savoir notamment l'utilisation des dispositifs « tri-vision » ou déroulants qui permettent l'affichage de deux ou trois affiches différentes sur le même support ou des dispositifs de publicité lumineuse par transparence dont il n'est pas sérieusement contesté qu'ils constituent des modes de publicité lumineuse moins nuisibles que les dispositifs par projection. Alors que les gains espérés pour la protection du cadre de vie par la règle de saillie apparaissent peu importants, celle-ci conduit en réalité à interdire plusieurs types de dispositifs muraux sans que cette interdiction de fait présente un rapport suffisant avec l'objectif de protection du cadre de vie poursuivi. Par suite, alors que le mobilier urbain, notamment, n'est pas soumis à une même limitation et qu'il lui est permis sur la totalité du territoire aggloméré de la métropole d'utiliser en particulier les dispositifs déroulants lumineux par transparence, et dès lors que cette différence de traitement est manifestement disproportionnée, la société Signali, la société Affiouest et l'Union de la publicité extérieure sont fondées à soutenir que le paragraphe 3.1.4 du règlement local de publicité méconnaît le principe d'égalité, porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie, constitue une interdiction déguisée des dispositifs mécanisés de publicités et préenseignes et est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

S'agissant du paragraphe 3.3 imposant aux publicités et préenseignes sur bâches autres que de chantier les mêmes règles qu'aux publicités et préenseignes sur façade :

38. Il ressort du rapport de présentation que les auteurs du règlement local de publicité de Rennes métropole ont considéré que l'impact paysager des publicités et préenseignes apposées sur bâches autres que de chantier est tout à fait similaire à l'impact d'un autre dispositif mural. Cette appréciation de l'impact paysager, qui n'est pas sérieusement combattue par l'Union de la publicité extérieure, dont le seul argument, tiré de ce que les bâches seraient nécessairement des dispositifs de grands formats, n'est pas étayé, permet de justifier l'alignement des restrictions imposées aux publicités et préenseignes sur bâches sur celles imposées aux publicités et préenseignes sur façade. Par suite, les moyens de l'Union de la publicité extérieure tirés de ce que le paragraphe 3.3 du règlement local de publicité constituerait une interdiction de fait des publicités et préenseignes sur bâche ou serait entaché d'une erreur manifeste d'appréciation doivent être écartés.

S'agissant de l'article 3 en tant qu'il n'évoque pas les publicités et préenseignes sur les façades disposant de petites ouvertures :

39. Contrairement à ce que soutient l'Union de la publicité extérieure, l'absence de référence, dans l'article 3 du règlement local de publicité, aux publicités et préenseignes sur les murs dotés de petites ouvertures ne constitue pas une erreur de droit. Un règlement de police administrative n'ayant pour effet que de limiter les libertés dans les conditions qu'il prévoit, cet oubli ne saurait affecter le droit de propriété ou être porteur d'une restriction susceptible d'être entachée d'une erreur manifeste d'appréciation.

En ce qui concerne les moyens dirigés contre l'article 4 du règlement local de publicité relatif aux publicités et préenseignes sur clôture :

S'agissant du paragraphe 4.1.1 qui n'admet les publicités et préenseignes sur clôture qu'en zone n° 2 et sur les seules palissades de chantier dans les zones n° 1 et 3 :

40. Selon le rapport de présentation, la réduction des possibilités d'implantation des publicités et préenseignes sur clôture se justifie au regard d'une logique de qualité urbaine et architecturale de l'ensemble des constructions dont les clôtures qui les accompagnent participent également au paysage urbain. Le rapport souligne que les clôtures sont un élément structurant du paysage urbain qui crée une transition entre l'espace privé et l'espace public et participe à la mise en valeur du bâti et qu'elles doivent par conséquent être particulièrement préservées dans les ambiances des centres-bourgs et centres-villes ainsi que des secteurs résidentiels. Le rapport remarque également qu'en milieu urbain les clôtures sont généralement basses et que les publicités et préenseignes ne pouvant s'implanter qu'à 0,50 m du sol, les dispositifs sur clôture sont rarement intégrés de manière satisfaisante. Le rapport de présentation expose encore qu'en combinaison avec le règlement du plan local d'urbanisme, l'interdiction des publicités et préenseignes sur clôture dans les secteurs résidentiels vise à favoriser la végétalisation des clôtures. Ainsi, l'interdiction des dispositifs publicitaires sur clôture dans les zones n° 1 et 3, hors palissades de chantier, est en rapport avec l'objectif de protection du cadre de vie et ne crée pas une différence de traitement, notamment avec le mobilier urbain, qui serait manifestement disproportionnée eu égard aux motifs qui la justifient.

S'agissant du paragraphe 4.1.2 limitant à 2 m² la surface unitaire des publicités et préenseignes sur clôture :

41. Pour les mêmes motifs que ceux exposés au point 32, alors notamment que la présence du mobilier urbain à même le domaine public routier est plus impactante que des dispositifs installés sur clôture privée, la limitation de la surface unitaire des dispositifs sur clôture à 2 m² « support compris » constitue une rupture d'égalité avec le mobilier urbain dont les seules affiches sont limitées à 2 m², hors support. Par suite, la société Signali est fondée à soutenir que le paragraphe 4.1.2 méconnaît, dans cette mesure, le principe d'égalité.

42. En revanche, le choix de limiter le plus grand format des publicités et préenseignes sur clôture à 2 m² dans l'ensemble des agglomérations du territoire de Rennes métropole, qui est proportionné à la taille des clôtures autorisées sur ce même territoire, est adéquatement lié à l'objectif général d'apaisement de la « ville-archipel » dans laquelle les mobilités douces sont privilégiées sinon les vitesses de circulation limitées, les dispositifs sur clôture s'adressant principalement aux piétons, et reste proportionné, dans ces conditions particulières, à l'objectif de protection du cadre de vie poursuivi tant que, ainsi qu'il résulte du point précédent, le format standard de 2 m² reste accessible aux afficheurs privés. Par suite, en tant qu'il va au-delà de la seule considération du mode de calcul de la surface unitaire, le moyen, présenté par la société Affiouest et par l'Union de la publicité extérieure, tiré de l'erreur manifeste d'appréciation du paragraphe 4.1.2 du règlement local de publicité doit être écarté.

S'agissant du paragraphe 4.1.4 interdisant aux publicités et préenseignes de dépasser la limite supérieure de la clôture :

43. Dès lors que la hauteur des clôtures est limitée à 2 m ou parfois moins par le règlement du plan local d'urbanisme, celle des dispositifs de publicité et préenseignes sur clôture ne peut être supérieure. Toutefois, pour justifier de l'interdiction, faite aux publicités et préenseignes sur clôture, de dépasser la limite supérieure de la clôture, le rapport de présentation

expose les mêmes motifs que ceux exposés au point 40. Ces motifs relatifs à l'intérêt des clôtures pour le paysage urbain justifient, y compris en zone n° 2, un rapport proportionné des dispositifs de publicités et de préenseignes apposés sur elles. Cette limitation de hauteur liée à la hauteur même des clôtures, est en rapport avec l'objectif de protection du cadre de vie et strictement proportionnée à celui-ci sans que cela ne crée une différence de traitement injustifiée ou manifestement disproportionnée avec le mobilier urbain. Par suite, le moyen tiré de ce que le paragraphe 4.1.4 méconnaîtrait le principe d'égalité doit être écarté.

S'agissant du paragraphe 4.1.5 limitant à 10 cm la saillie des publicités et préenseignes sur clôture :

44. Pour les mêmes motifs que ceux exposés au point 37, la société Signali, la société Affiouest et l'Union de la publicité extérieure sont fondées à soutenir que le paragraphe 4.1.5 du règlement local de publicité de Rennes métropole méconnaît le principe d'égalité vis-à-vis des seules règles imposées au mobilier urbain et est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

S'agissant du moyen dirigé contre l'article 4 dans son ensemble :

45. Si l'un des moyens de l'Union de la publicité extérieure est dirigé contre l'article 4 du règlement local de publicité dans son ensemble, le syndicat requérant ne conteste spécifiquement que les limitations imposées par l'article 4 aux publicités et préenseignes sur palissades de chantier autorisées par principe sur l'ensemble des territoires agglomérés de Rennes métropole, en particulier la limitation de leur surface unitaire à 2 m². Toutefois, au-delà du vice de légalité concernant cette règle de surface en tant qu'elle est calculée « support compris » ainsi qu'il a été dit au point 41, pour les mêmes motifs que ceux retenus au point 42, alors que les palissades de chantier ont la même fonction que les clôtures, qu'un même format peut donc leur être imposé et que, eu égard à leur caractère temporaire, la publicité leur est permise par exception dans les zones n°s 1 et 3 où elle est interdite pour les autres clôtures, les restrictions qui leur sont imposées ne peuvent être regardées comme constituant une interdiction déguisée de la publicité sur ce type de clôture ni comme étant entachées d'une erreur manifeste d'appréciation.

En ce qui concerne les moyens dirigés contre l'article 5 du règlement local de publicité relatif aux publicités et préenseignes scellées au sol :

S'agissant du paragraphe 5.1.1 n'admettant qu'en secteur 2a de la zone n° 2 l'installation des publicités et préenseignes scellées au sol :

46. Il ressort du rapport de présentation que l'interdiction des dispositifs scellés au sol en dehors du secteur 2a de la zone n° 2 serait justifiée par le caractère d'aire de respiration des espaces en front de rue et en fond de jardin au sein d'une trame urbaine dense, l'impact paysager de ce type de dispositif étant jugé identique, qu'il soit en centre-ville ou centre-bourg, en secteur résidentiel ou en traversée de ville, « au sens où il s'introduit physiquement dans des lieux de vie qui constituent le paysage du quotidien ».

47. En premier lieu, le rapport de présentation insiste surtout, d'une part, sur les ruptures d'échelles que constituent les publicités de grand format avec les gabarits de certaines formes urbaines et, d'autre part, sur les effets de surdensité dus à une juxtaposition de publicités scellées au sol et murales sur domaine privé et sur mobilier urbain. Ainsi, dans le cadre de son orientation « O1.2 » de mise en valeur des entrées et traversées de ville, le rapport de présentation précise un objectif de lutte contre la banalisation de leurs abords compte tenu de la forte présence publicitaire et, dans le cadre de son orientation « O3.1 » de dédensification des

axes saturés en dispositifs d'affichage, précise un objectif de désencombrement des axes de la surdensité existante. Or, les deux difficultés ainsi plus particulièrement remarquées sont déjà traitées, d'une part, par la règle de format du paragraphe 5.1.2, laquelle limite la surface unitaire des dispositifs à 4 m² et interdit donc les grands formats habituellement dimensionnés à 8 m², et, d'autre part, par la règle de densité du paragraphe 7.1 qui limite le nombre des publicités et préenseignes à un seul dispositif publicitaire par unité foncière.

48. En second lieu, il ressort du rapport de présentation que si les centres-villes, centres-bourgs et secteurs résidentiels restent préservés de ce type de dispositif publicitaire, ce qui permet d'en justifier l'interdiction dans la zone n° 1, une forte présence de ce type de dispositifs a en revanche été constatée autour des axes d'entrées de ville et de leurs intersections ainsi qu'autour des axes de flux inter-quartiers. Ainsi, selon le diagnostic du rapport de présentation, sur plus de 500 dispositifs recensés sur le territoire, 80 % sont scellés au sol, contre seulement 20 % sur bâti. Et il ressort des pièces du dossier, par comparaison de la cartographie du recensement des dispositifs de publicité et préenseignes par type d'implantation figurant en page 39 du rapport et des zonages retenus, qu'un nombre substantiel de dispositifs scellés au sol existants ont été identifiés dans la zone n° 3 où les espaces dits de « respiration » entre la voie publique et le bâti sont plus aérés et se prêtent adéquatement à l'implantation de ce type de dispositifs, ayant d'ailleurs été exclus des zones n° 3, pour les intégrer au secteur 1a de la zone n° 1, les secteurs à plus forts enjeux de protection du cadre de vie à dominante résidentielle ou à franges paysagères. Ainsi, alors que le règlement local de publicité n'impose, le long des mêmes axes structurants d'entrée du cœur de métropole en zone n° 3, aucune limitation du nombre de mobilier urbain scellé au sol à vocation exclusive de publicité, bien que ce mobilier, du fait de sa présence même sur le domaine public routier, génère des nuisances plus importantes que des dispositifs situés en retrait de la voie publique, l'exclusion des dispositifs scellés au sol en zone n° 3, si elle est en rapport avec l'objectif de protection du cadre de vie par la volonté de préserver des espaces de respiration entre le bâti et la voie publique, est néanmoins manifestement disproportionnée eu égard à la différence de situation des dispositifs scellés au sol sur parcelle privée par rapport au mobilier urbain. Par suite, la société Signali est fondée à soutenir que l'interdiction des supports scellés au sol en zone n° 3 méconnaît le principe d'égalité.

S'agissant du paragraphe 5.1.2 limitant à 4 m² la surface unitaire des publicités et préenseignes scellées au sol :

49. Pour les mêmes motifs que ceux relevés au point 32, alors notamment que la réduction de format imposée doit déjà conduire à la suppression de 80 % des dispositifs existants dans le respect de l'objectif de protection du cadre de vie, l'interdiction de l'utilisation d'un format standard d'affiche de moyenne taille de 4 m² induite par l'application des règles de surface unitaire à l'ensemble du dispositif « support compris » apparaît manifestement disproportionnée à l'objectif poursuivi. Par suite, la société Signali est fondée à soutenir que le paragraphe 5.1.2 est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

50. Pour les mêmes motifs que ceux relevés au point 33, la société Affiouest et l'Union de la publicité extérieure sont également fondées à soutenir que l'interdiction du format de 8 m² des dispositifs publicitaires scellés au sol, encadrement non compris, dans le secteur 2a de la zone n° 2, est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

51. Enfin, pour les mêmes motifs que ceux relevés au point 34, en tant qu'il va au-delà de la considération du mode de calcul de la surface unitaire pour l'ensemble des zones, et de la contestation de l'interdiction du grand format de 8 m² en secteur 2a de la zone n° 2, le moyen, présenté par la société Affiouest et par l'Union de la publicité extérieure, tiré de l'erreur manifeste d'appréciation du paragraphe 5.1.2 du règlement local de publicité doit être écarté.

S'agissant du paragraphe 5.1.3 limitant à 5 m la hauteur au-dessus du sol des publicités et préenseignes scellées au sol :

52. Si, dans ses conclusions, la société Affiouest demande au tribunal d'annuler, en particulier, l'article 5 du règlement local de publicité en ce que, par son paragraphe 5.1.3, il limite à 5 m la hauteur au-dessus du sol des publicités et préenseignes scellées au sol, elle ne formule toutefois aucune argumentation propre à étayer spécifiquement cette prétention.

S'agissant de l'article 5 dans son ensemble :

53. Dès lors qu'il résulte de l'article 5 du règlement local de publicité que les publicités et préenseignes scellées au sol restent autorisées dans le secteur 2a pour une surface unitaire égale à celle permise pour les dispositifs concurrents sur façade et pour une même hauteur de 5 m que ces derniers dispositifs, l'Union de la publicité extérieure n'est pas fondée à soutenir que, par son article 5, le règlement local de publicité aurait prévu une interdiction absolue ou une interdiction déguisée de ce type de dispositif ou aurait, partant, porté une atteinte disproportionnée à la liberté de l'affichage et de la publicité, composante de la liberté d'expression.

54. En revanche, conformément à ce qui a été dit aux points 48, 49 et 50, les restrictions cumulées faites aux publicités et préenseignes scellées au sol consistant à les interdire en zone n° 3, où leur présence n'apparaît pas inadaptée eu égard aux enjeux de protection du cadre de vie, à limiter leur surface unitaire « support compris », ce qui ne leur permet pas d'utiliser des formats standards d'affichage, et à interdire le format de 8 m² encadrement non compris en secteur 2a de la zone n° 2, où ce format aurait dû être autorisé au minimum, doivent conduire à la disparition de l'essentiel des dispositifs existants ou à leur mise en conformité. Ainsi, ces trois règles cumulées portent une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et sont entachées d'une erreur manifeste d'appréciation. En revanche, la limitation de leur hauteur à 5 m ou la règle de densité qui leur est imposée par l'article 7 du règlement local de publicité, qui portent une atteinte proportionnée à l'objectif de protection du cadre de vie poursuivi, ne participent pas au caractère disproportionné de l'ensemble des restrictions imposées de sorte que le moyen de l'Union de la publicité extérieure doit être écarté en ce qui concerne ces autres règles imposées aux publicités et préenseignes scellées au sol.

En ce qui concerne l'article 6 du règlement local de publicité relatif aux publicités et préenseignes installées directement sur le sol :

55. Si, dans ses conclusions, la société Affiouest demande au tribunal d'annuler, en particulier, l'article 6 du règlement local de publicité en ce que, par ses paragraphes 6.1.3 et 6.1.4, il limite à 0,80 m la largeur des publicités et préenseignes installées directement sur le sol et à 1,20 m leur hauteur au-dessus du sol, elle ne formule toutefois aucune argumentation propre à étayer spécifiquement cette demande.

En ce qui concerne les moyens dirigés contre l'article 7 du règlement local de publicité relatif à la densité des publicités et préenseignes sur façade ou clôture, scellées au sol ou installées directement sur le sol :

56. Il résulte de la réglementation nationale de publicité, elle-même, que la spécificité du mobilier urbain au regard des règles de densité est reconnue, les dispositions de l'article R. 581-42 du code de l'environnement régissant le mobilier urbain ne renvoyant pas à la règle de densité prévue par l'article R. 581-25 du même code, dont le II ne régit que les dispositifs

publicitaires bénéficiant d'une concession d'affichage sur le domaine public. La densité du mobilier urbain, qu'il s'agisse des abris voyageurs ou du mobilier destiné à l'information des usagers, a, comme l'indique le rapport de présentation, en principe vocation à être décidée par les collectivités territoriales en régie ou dans le cadre d'un marché public ou d'une délégation de service public. A... ces conditions, l'absence d'applicabilité de la règle de densité prévue par le paragraphe 7.1 au mobilier urbain est en rapport avec la nature même de la règle adoptée et n'est pas manifestement disproportionnée eu égard à la différence de nature et d'objet des dispositifs publicitaires et du mobilier urbain. Par suite, les sociétés Signali et Affiouest ne sont pas fondées à soutenir que le paragraphe 7.1 méconnaîtrait le principe d'égalité.

57. Si, aux termes de l'article L. 581-14 du code de l'environnement : « (...), le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. (...) », ces dispositions n'imposent pas pour autant que l'ensemble des prescriptions du règlement national soient aggravées par un règlement local de publicité. Ainsi, la circonstance que les auteurs du règlement local de publicité de Rennes métropole n'ont pas fixé de règle de densité applicable au mobilier urbain et n'ont donc pas aggravé sur ce point l'absence de limitation prévue au règlement national, ne saurait révéler, par elle-même, aucune erreur de droit. Par suite, le moyen présenté en ce sens par la société Affiouest doit être écarté.

58. Par comparaison à la règle du paragraphe 7.1 de l'article 7 du règlement local de publicité de Rennes métropole, celle de l'article R. 581-25 du code de l'environnement limite également, par défaut, le nombre des dispositifs publicitaires à un seul par unité foncière et n'autorise, pour les unités foncières disposant d'un linéaire sur voie supérieur à 80 m qu'un dispositif supplémentaire par tranche de 80 m supplémentaire bordant la voie, ce qui, en milieu urbain, concerne un nombre limité d'unités foncières. Alors que plusieurs des orientations du règlement local de publicité visent à désencombrer les axes de circulation d'une trop forte présence publicitaire, la règle ainsi imposée par le paragraphe 7.1 répond adéquatement à l'objectif poursuivi et préserve le droit de chaque propriétaire à l'installation d'au moins un dispositif publicitaire. Par suite, la société Signali n'est pas fondée à soutenir que le paragraphe 7.1 serait entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

59. Alors même que dans certains secteurs comportant de vastes unités foncières, la règle de densité imposée par le paragraphe 7.1 aura pour effet de réduire le nombre de faces publicitaires dont peuvent disposer les afficheurs privés, il ne ressort pas pour autant des pièces du dossier que cette règle de densité, dont les effets restent limités au cas particulier des unités foncières présentant un important linéaire sur voie, serait susceptible de causer une distorsion de concurrence avec les titulaires des marchés public d'affichage sur mobilier urbain, telle qu'elle placerait ces derniers en position d'abuser d'une position dominante auprès des annonceurs. Par suite, le moyen tiré de la méconnaissance, par le paragraphe 7.1, des règles de la concurrence, doit être écarté.

60. Enfin, pour les mêmes motifs que ceux exposés aux deux points précédents, les moyens de la société Affiouest tirés de ce que le paragraphe 7.1 porterait une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie ou une atteinte excessive à la liberté de l'affichage et de la publicité, composante de la liberté d'expression, doivent être également écartés.

En ce qui concerne le moyen dirigé contre l'article 8 du règlement local de publicité relatif aux dispositifs spécifiques de publicités et préenseignes :

61. À l'occasion du moyen de sa requête dirigé globalement contre l'ensemble des règles de surface du règlement local de publicité, l'Union de la publicité extérieure vise en particulier la limitation à 2 m² de la surface unitaire des publicités et préenseignes sur mobilier urbain supportant des informations à caractère général ou local prévue par le paragraphe 8.2. Le syndicat requérant n'articule cependant aucun argument précis à l'égard de ce type de support et, sans pour autant l'abandonner, n'étoffe pas sa contestation sur ce point dans ses mémoires. En particulier, l'Union de la publicité extérieure ne conteste pas spécifiquement l'objectif poursuivi par le règlement local de publicité tendant à l'uniformisation des formats appliqués aux affiches de l'ensemble des éléments de mobilier urbain. Par suite, en tant qu'il est dirigé contre le paragraphe 8.2 du règlement local de publicité, le moyen soulevé par l'Union de la publicité extérieure tiré de l'erreur manifeste d'appréciation entachant les règles de surface du règlement local de publicité doit être écarté.

En ce qui concerne les moyens dirigés contre l'article 9 du règlement local de publicité relatif aux publicités et préenseignes lumineuses :

62. La société Signali, qui a indiqué expressément ne pas former de recours à propos des restrictions relatives à l'affichage lumineux, doit être regardée comme ayant limité ses conclusions à fin d'annulation à d'autres dispositions du règlement local de publicité de Rennes métropole. Par conséquent, dans le cadre de son intervention dans l'instance introduite par la société Signali, le Syndicat national de la publicité extérieure ne peut utilement soulever le moyen tiré de ce que le paragraphe 9.2 du règlement local de publicité relatif à la publicité numérique serait entaché d'une erreur manifeste d'appréciation. Par suite, ce moyen doit être écarté.

S'agissant du paragraphe 9.2.1 portant interdiction des publicités et préenseignes numériques à l'exception des dispositifs scellés au sol dans le secteur 2a de la zone n° 2 :

63. Si, dans ses conclusions, la société Affiouest demande au tribunal d'annuler, en particulier, l'article 9 du règlement local de publicité en ce que, par son paragraphe 9.2.1, il exclut les publicités et préenseignes numériques en dehors du secteur 2a, elle ne formule toutefois aucune argumentation propre à étayer spécifiquement cette demande.

64. Il ressort du rapport de présentation du règlement local de publicité que ce règlement poursuit un objectif de mise en œuvre de la transition écologique et énergétique se traduisant par la prise en compte de l'évolution des modes d'affichage, dont notamment le déploiement des dispositifs numériques et par la limitation de ceux à forte consommation d'énergie. Cet objectif a été traduit par une orientation « O3 » visant à réduire la pollution visuelle et les impacts sur l'environnement déclinée en une sous orientation « O3.3 » tendant à la limitation de la démultiplication des dispositifs numériques. Le rapport de présentation identifie en effet deux impacts visuels de ce type de publicité, à savoir, d'une part, la luminance de ces dispositifs, qui peut provoquer un éblouissement et qui constitue un impact commun à l'ensemble de la publicité lumineuse et, d'autre part, le caractère animé des dispositifs numériques, qui accroît la nuisance visuelle liée à la luminance et constitue un impact propre à ce type de dispositif.

65. Eu égard à l'impact lié au caractère animé des images, qui peut être particulièrement plus nuisible dans des zones habitées, l'interdiction des dispositifs numériques dans les zones n^{os} 1 et 3, qui concernent toutes des zones habitées, et la différence de traitement

qui en résulte avec le reste de la publicité lumineuse, est en rapport avec l'objectif de protection du cadre de vie poursuivi par le règlement local de publicité, et ne présente pas un caractère manifestement disproportionné au regard de la différence de situation qui la justifie, la publicité numérique restant autorisée dans les zones d'activité de l'unité urbaine de Rennes où les enjeux de protection du cadre de vie sont différents en l'absence d'habitations. Par suite, les moyens dirigés contre le paragraphe 9.2.1 du règlement local de publicité tirés de la rupture d'égalité entre les publicités et préenseignes numériques et les autres publicités et préenseignes lumineuses et de l'erreur manifeste d'appréciation doivent être écartés.

66. En revanche, au sein du secteur 2a de la zone n° 2, l'impact lié à la luminance n'a pas justifié, au sens du rapport de présentation, de limitation des supports admis pour les publicités et préenseignes lumineuses. Si l'impact lié au caractère animé des images, admis dans ce secteur, justifierait également, selon le rapport de présentation, l'interdiction des supports autres que scellés au sol pour les publicités et préenseignes numériques, ledit rapport n'explique pas le lien entre cette interdiction et cet impact, exposant par ailleurs en pages 73 et 74 que les dispositifs implantés sur le bâti, notamment muraux, s'intègrent plus facilement au paysage. A... ces conditions, sauf s'agissant de l'interdiction des publicités et préenseignes sur toiture prévue par le paragraphe 8.1, que le règlement local de publicité a pu réserver aux seules enseignes dans la poursuite d'un objectif de lisibilité des activités exercées dans les zones d'activité, le GIE Grand Quartier est fondé à soutenir que l'interdiction des supports autres que scellés au sol, c'est-à-dire notamment les supports muraux et sur clôture, pour les publicités et préenseignes numériques en secteur 2a, est sans rapport avec l'objectif poursuivi de protection du cadre de vie et apparaît manifestement disproportionnée en l'absence de différence de situation avec le reste de la publicité lumineuse susceptible de la justifier. Ainsi, sur ce point, le paragraphe 9.2.1 du règlement local de publicité méconnaît le principe d'égalité. Pour les mêmes motifs, le GIE Grand Quartier est également fondé à soutenir que, sur ce point également, le paragraphe 9.2.1 porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et est entaché d'une erreur manifeste d'appréciation.

S'agissant du paragraphe 9.2.2 régissant la luminance des publicités et préenseignes numériques :

67. Le b) du paragraphe 9.2.2 prévoit que la luminance des publicités et préenseignes numériques ne doit pas provoquer d'éblouissement et le c) du même paragraphe fixe des valeurs maximales de luminance exprimées en candela par mètre carré (cd/m^2), de jour ou de nuit, soit en luminance moyenne, soit en luminance maximale sur la valeur du blanc. Les valeurs exprimées pouvant être mesurées par les procédés adéquats de photométrie, le règlement local de publicité n'était pas tenu d'expliquer la procédure à suivre pour mesurer le respect des valeurs ainsi fixées. Par ailleurs, si le règlement local de publicité n'a pas défini les notions d'« éblouissement », de « jour », de « nuit », de « luminance », de « valeur du blanc » et de « luminance moyenne », les b) et c) du paragraphe 9.2.2 restent pour autant suffisamment clairs et intelligibles quand bien-même ces notions pourraient donner lieu à une appréciation de l'autorité compétente pour contrôler le respect du règlement local de publicité. Par suite, le moyen de l'Union de la publicité extérieure tiré de la méconnaissance de l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme doit être écarté.

68. Si l'article R. 418-4 du code de la route renvoie à un arrêté ministériel le soin de fixer des normes de luminance maximale des dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques en vue de satisfaire un objectif de sécurité routière, ces dispositions n'interdisent pas au règlement local de publicité, qui poursuit un objectif différent tendant à la protection du cadre de vie, de fixer ses propres règles de luminance maximale ainsi que l'y autorise l'article L. 581-14 du code de l'environnement. Ainsi, l'Union de la publicité extérieure

n'est pas fondée à soutenir que le règlement local de publicité de Rennes métropole aurait commis une erreur de droit en s'accaparant une compétence attribuée par le code de la route au ministre chargé de l'équipement et au ministre de l'intérieur.

69. L'Union de la publicité extérieure soutient que la valeur maximale de luminance moyenne fixée à 500 cd/m² de jour est insuffisante pour assurer la visibilité des publicités et préenseignes numériques et serait par conséquent entachée d'une erreur manifeste d'appréciation. Le c) du paragraphe 9.2.2 autorise toutefois une luminance maximale de jour de 3 000 cd/m² sur la valeur du blanc. Il ressort des pièces du dossier que cette luminance plus élevée accordée à la valeur du blanc a été ajoutée au règlement local de publicité après l'enquête publique afin de répondre aux demandes des afficheurs numériques et à la recommandation émise par la commission d'enquête. À l'instance, l'Union de la publicité extérieure se borne à contester le rapport du 20 avril 2022 commandé par Rennes métropole à la suite de l'enquête publique, sans produire elle-même d'étude qui évaluerait l'absence d'intérêt de cette rehausse de la luminance de la valeur du blanc sur la visibilité des messages affichés sur les écrans numériques. Ainsi, en l'état, il ne ressort pas des pièces du dossier que la rehausse permise sur la valeur du blanc ne permettrait pas aux publicitaires, par contraste des couleurs avec les blancs, de rendre leurs messages visibles de jour. Par suite, le moyen de l'Union de la publicité extérieure, dirigé contre la valeur de luminance moyenne de jour des publicités et préenseignes numériques, tiré de l'erreur manifeste d'appréciation, doit être écarté.

S'agissant du paragraphe 9.2.3 limitant la surface unitaire des écrans des publicités et préenseignes numériques à 2 m² :

70. Si, dans ses conclusions, la société Affiouest demande au tribunal d'annuler, en particulier, l'article 9 du règlement local de publicité en ce que, par son paragraphe 9.2.3, il limite à 2 m² la surface unitaire des écrans des publicités et préenseignes numériques, elle ne formule toutefois aucune argumentation propre à étayer spécifiquement cette demande.

71. Il ressort du rapport de présentation que, sur le principe de la « ville archipel » qui repose sur l'apaisement des diverses nuisances urbaines, le déplacement automobile n'est plus privilégié et se trouve davantage limité par une réduction des vitesses de circulation à 20 ou 30 km/h ou, par exception, par un maintien de certaines voies à 50 km/h avec toutefois l'installation d'aménagements destinées à y réduire la vitesse effective des véhicules. Cette option justifie, selon le rapport de présentation, une réduction de l'ensemble des formats des publicités et préenseignes à 2 ou 4 m². Eu égard aux faibles enjeux de protection du cadre de vie dans le secteur 2a qui correspond aux zones d'activité de l'unité urbaine de Rennes, il ressort du même rapport de présentation, p. 74, que ces zones sont traversées par des axes de flux automobiles importants et bordées de grands volumes bâtis, dont les activités nécessitent de se signaler, ce qui ne justifierait qu'une réduction de la surface unitaire des autres publicités et préenseignes à 4 m². Si, selon une autre partie du rapport de présentation, l'impact visuel propre aux publicités et préenseignes numériques, lié au caractère animé des images, justifierait la réduction du format de leurs écrans, dans le secteur 2a où les dispositifs numériques sont seulement autorisés, à une surface unitaire de 2 m², le rapport de présentation n'explicite pas suffisamment cette réduction de format des écrans dans un secteur où il admet le peu d'intérêt de la publicité de petit format, les vitesses de circulation restant plus élevées dans ces zones essentiellement desservies par l'automobile. Or, cette réduction du format des écrans à 2 m² dans le seul secteur où ce type de dispositif est autorisé, rend inopérante leur utilisation en concurrence avec les autres modes de publicités et préenseignes, notamment lumineuses. Par suite, le GIE Grand Quartier est fondé à soutenir que la limitation de la surface unitaire des écrans des publicités et préenseignes numériques en secteur 2a de la zone n° 2 est manifestement disproportionnée au regard de la différence de situation susceptible de la justifier et porte une

atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie. Pour les mêmes motifs, qui rejoignent ceux exposés au point 33, le GIE Grand Quartier et l'Union de la publicité extérieure sont fondés à soutenir que la limitation de surface des écrans des publicités et préenseignes numériques est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation.

S'agissant du paragraphe 9.2.4 limitant la surface unitaire des publicités et préenseignes numériques à 1,5 fois la surface de leur écran :

72. Si, dans ses conclusions, la société Affiouest demande au tribunal d'annuler, en particulier, l'article 9 du règlement local de publicité en ce que, par son paragraphe 9.2.4, il limite la surface unitaire des publicités et préenseignes numériques à 1,5 fois la surface de leur écran, elle ne formule toutefois aucune argumentation propre à étayer spécifiquement cette demande.

S'agissant du paragraphe 9.3.1 limitant à 1 m² par baie la surface cumulée de l'ensemble des dispositifs numériques situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial :

73. Le rapport de présentation, qui a relevé le fort impact paysager des dispositifs numériques en vitrine, expose qu'afin de limiter les effets du mouvement de « repli » de ces dispositifs, contraints dans les espaces extérieurs, vers l'intérieur des vitrines d'où leur impact paysager reste très sensible, le choix a été fait de limiter leur surface cumulée à 1 m² par baie. Ainsi, alors que ces dispositifs sont essentiellement destinés à être visibles des passants, piétons ou cyclistes, qui circulent à des allures réduites, y compris dans les zones d'activité, il ne ressort pas des pièces du dossier que cette limitation, ne serait pas proportionnée à l'objectif poursuivi de protection du cadre de vie, les dispositifs numériques pouvant, de surcroît, provoquer des nuisances visuelles et lumineuses importantes dans des zones urbaines mixtes où les commerces côtoient des espaces habités. Par suite, les moyens de l'Union de la publicité extérieure tirés de ce que la limitation de la surface cumulée des dispositifs numériques en vitrine des locaux commerciaux, prévue par le paragraphe 9.3.1 du règlement local de publicité, porterait une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté de l'affichage et de la publicité ou serait entachée d'une erreur manifeste d'appréciation doivent être écartés.

S'agissant du paragraphe 9.3.2 imposant aux publicités et préenseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial les règles de luminance définies au paragraphe 9.2.2 :

74. Pour les mêmes motifs que ceux exposés aux points 67 à 69, les moyens de l'Union de la publicité extérieure tirés de l'interdiction déguisée des publicités et préenseignes numériques situées en vitrine des locaux commerciaux qui résulterait de l'application des règles de luminance moyenne de jour et de l'erreur manifeste d'appréciation doivent être écartés.

S'agissant de l'article 9 dans son ensemble :

75. Si les publicités et préenseignes numériques sont autorisées en secteur 2a de la zone n° 2, les restrictions cumulées qui leur sont faites consistant en l'interdiction des supports autres que scellés au sol et en la limitation de la surface unitaire de leurs écrans à 2 m², pour les mêmes motifs que ceux retenus aux points 64 à 74, rendent inopérants ce type de publicité dans le seul secteur où elle est autorisée et reviennent, en réalité, à l'interdire. Une telle interdiction, dans une agglomération et une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, n'est pas justifiée par l'objectif de protection du cadre de vie poursuivi par le règlement local de publicité et n'est pas dûment proportionnée à cet objectif, ainsi qu'il a été dit pour les deux règles en cause. En revanche, et

pour les mêmes motifs que ceux exposés aux mêmes points 64 à 74, les autres limitations faites aux publicités et préenseignes numériques sont justifiées et proportionnées audit objectif et n'aboutissent pas à une interdiction de fait. Par suite, l'Union de la publicité extérieure est seulement fondée à soutenir que le règlement local de publicité conduit à une interdiction de fait des publicités et préenseignes numériques en ce qui concerne ses règles relatives à l'interdiction des supports autres que scellés au sol prévue par le paragraphe 9.2.1 et à l'interdiction de la surface unitaire de leurs écrans à 2 m² prévue par le paragraphe 9.2.3.

76. En revanche, concernant les publicités et préenseignes lumineuses, celles-ci sont autorisées sur l'ensemble du territoire aggloméré, sous réserve du respect des règles applicables aux différents types de supports utilisés et du respect de règles spécifiques aux publicités et préenseignes lumineuses consistant en l'imposition de plages horaires d'extinction nocturne. A... ces conditions, le règlement local de publicité ne peut être regardé comme ayant prévu une interdiction de fait des publicités et préenseignes lumineuses. Par suite, le moyen présenté en ce sens par l'Union de la publicité extérieure doit être écarté.

En ce qui concerne les moyens dirigés contre l'article 10 du règlement local de publicité relatif aux publicités et préenseignes admises dans les secteurs d'intérêt patrimonial ou paysager :

S'agissant du paragraphe 10.1.1 admettant par exception les publicités et préenseignes sur mobilier urbain en secteurs d'intérêt patrimonial, hors site patrimonial remarquable et site inscrit, dans les conditions définies aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du code de l'environnement et dans la limite d'une surface unitaire de 2 m² :

77. Le rapport de présentation du règlement local de publicité justifie l'exception accordée au mobilier urbain dans les secteurs d'intérêt patrimonial, d'une part, par la circonstance que ce mobilier doit faire l'objet d'autorisations individuelles permettant à la collectivité d'examiner leur intégration paysagère au cas par cas et, d'autre part, par la circonstance que les zones concernées, qui correspondent le plus généralement aux centres-villes et centres-bourgs, ont également vocation à comporter des éléments de mobilier urbain, les surfaces unitaires des affiches ayant été limitées à 2 m² sur l'ensemble des agglomérations de la métropole afin d'en limiter l'impact. A... ces conditions, eu égard au caractère particulier du mobilier urbain dont la présence ne peut être exclue dans les centres-villes au seul motif de la présence d'un monument historique, et alors notamment que cette exception n'est pas étendue dans les sites patrimoniaux remarquables et les sites inscrits ou la publicité sur ledit mobilier reste interdite, l'exception faite au seul mobilier urbain, au détriment des publicités et préenseignes privées, est en rapport avec l'objectif de protection du cadre de vie et proportionnée à la spécificité de ce mobilier. Par suite, le moyen du GIE Grand Quartier tiré de ce que le paragraphe 10.1.1 méconnaîtrait le principe d'égalité doit être écarté.

78. À l'occasion du moyen de sa requête dirigé globalement contre l'ensemble des règles de surface du règlement local de publicité, l'Union de la publicité extérieure vise en particulier la limitation à 2 m² de la surface unitaire des publicités et préenseignes sur mobilier urbain dans les secteurs d'intérêt patrimonial hors site patrimonial remarquable et site inscrit, prévue par le paragraphe 10.1.1. Le syndicat requérant n'articule cependant aucun argument précis à l'égard de ce type de support dans ces secteurs particuliers et, sans pour autant l'abandonner, n'étoffe pas sa contestation sur ce point dans ses mémoires. En particulier, l'Union de la publicité extérieure ne conteste pas spécifiquement l'objectif poursuivi par le règlement local de publicité tendant à l'uniformisation des formats appliqués aux affiches de l'ensemble des éléments de mobilier urbain et à la limitation de leur format au plus petit format standard dans des secteurs sensibles. Par suite, en tant qu'il est dirigé contre le paragraphe 10.1.1 du

règlement local de publicité, le moyen soulevé par l'Union de la publicité extérieure tiré de l'erreur manifeste d'appréciation entachant les règles de surface du règlement local de publicité doit être écarté.

S'agissant du paragraphe 10.2.2 admettant par exception les publicités et préenseignes sur abris destinés au public dans la limite d'une surface de 2 m² à l'intérieur des secteurs d'intérêt paysager :

79. À l'occasion du moyen de sa requête dirigé globalement contre l'ensemble des règles de surface du règlement local de publicité, l'Union de la publicité extérieure vise en particulier la limitation à 2 m² de la surface unitaire des publicités et préenseignes sur abris destinés au public dans les secteurs d'intérêt paysager, prévue par le paragraphe 10.2.2. Le syndicat requérant n'articule cependant aucun argument précis à l'égard de ce type de support dans ces secteurs particuliers et, sans pour autant l'abandonner, n'étoffe pas sa contestation sur ce point dans ses mémoires. En particulier, l'Union de la publicité extérieure ne conteste pas spécifiquement l'objectif poursuivi par le règlement local de publicité tendant à l'uniformisation des formats appliqués aux affiches de l'ensemble des éléments de mobilier urbain et à la limitation de leur format au plus petit format standard dans des secteurs sensibles. Par suite, en tant qu'il est dirigé contre le paragraphe 10.2.2 du règlement local de publicité, le moyen soulevé par l'Union de la publicité extérieure tiré de l'erreur manifeste d'appréciation entachant les règles de surface du règlement local de publicité doit être écarté.

En ce qui concerne le moyen dirigé contre l'article 12 du règlement local de publicité relatif aux enseignes apposées à plat ou parallèlement sur façade :

80. À l'occasion du moyen de sa requête dirigé globalement contre l'ensemble des règles de surface du règlement local de publicité, l'Union de la publicité extérieure vise en particulier la limitation à 2 m² de la surface unitaire des enseignes sur mur pignon aveugle, prévue par le b) du paragraphe 12.5.9. Le syndicat requérant n'articule cependant aucun argument précis à l'égard de ce type de support et, sans pour autant l'abandonner, n'étoffe pas sa contestation sur ce point dans ses mémoires. Alors que le moyen du syndicat requérant vise essentiellement les publicités et préenseignes, il ne ressort pas des pièces du dossier que la limitation faite en particulier à ce type d'enseignes par le b) du paragraphe 12.5.9 serait constitutif d'une erreur manifeste d'appréciation.

En ce qui concerne le moyen dirigé contre l'article 13 du règlement local de publicité relatif aux enseignes apposées à plat ou parallèlement sur clôture :

81. À l'occasion du moyen de sa requête dirigé globalement contre l'ensemble des règles de surface du règlement local de publicité, l'Union de la publicité extérieure vise en particulier la limitation à 2 m² de la surface unitaire des enseignes apposées à plat ou parallèlement sur clôture, prévue par le paragraphe 13.1.2. Le syndicat requérant n'articule cependant aucun argument précis à l'égard de ce type de support dans ces secteurs particuliers et, sans pour autant l'abandonner, n'étoffe pas sa contestation sur ce point dans ses mémoires. En particulier, l'Union de la publicité extérieure ne conteste pas spécifiquement l'objectif poursuivi par le règlement local de publicité tendant à la limitation des formats appliqués aux publicités, préenseignes et enseignes sur clôture afin d'en respecter les proportions, en combinaison avec les règles locales d'urbanisme limitant elles-mêmes la hauteur des clôtures. Par suite, en tant qu'il est dirigé contre le paragraphe 13.1.2 du règlement local de publicité, le moyen soulevé par l'Union de la publicité extérieure tiré de l'erreur manifeste d'appréciation entachant les règles de surface du règlement local de publicité doit être écarté.

En ce qui concerne les moyens dirigés contre l'article 15 du règlement local de publicité relatif aux enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu :

82. Alors que la réglementation nationale limite la hauteur des enseignes en toiture en fonction de la hauteur de la façade du bâtiment, le règlement local de publicité de Rennes métropole a fait le choix de limiter cette hauteur de manière uniforme à 2 m sur l'ensemble de la zone n° 2 où ce type d'enseigne est seulement admis. Si le rapport de présentation ne justifie pas spécifiquement cette règle de hauteur alors qu'il relève que ce type d'enseigne est adapté aux ambiances urbaines des zones d'activité où les enseignes sont à l'échelle des volumes des bâtiments, le même rapport expose de manière générale que ces enseignes sur toiture sont particulièrement impactantes d'un point de vue paysager et il ne ressort pas des pièces du dossier qu'il existerait, dans les zones d'activité, une importante disparité des hauteurs des bâtiments commerciaux justifiant que soit impérativement accordé une hauteur plus importante des enseignes en toiture à certaines catégories de bâtiment. À cet égard, le GIE Grand Quartier ne justifie pas à l'instance du manque de visibilité des enseignes sur toiture de 2 m de hauteur. Si leur visibilité dépend essentiellement du contexte des bâtiments et des points de vue offerts depuis les axes de circulation, il n'est pas établi que le regard des automobilistes ne pourra pas se focaliser sur des enseignes d'une hauteur non négligeable de 2 m. A... ces conditions, et alors notamment que les bâtiments des zones d'activité sont par ailleurs autorisés par le paragraphe 12.4 à comporter des enseignes murales proportionnées à l'élément de façade qu'elles couvrent, le GIE Grand Quartier n'est pas fondé à soutenir que la limitation uniforme de la hauteur des enseignes en toiture porterait une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie ni davantage fondé à soutenir que cette limitation serait entachée d'une erreur manifeste d'appréciation.

En ce qui concerne le moyen dirigé contre l'article 16 du règlement local de publicité relatif aux enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

83. À l'occasion du moyen de sa requête dirigé globalement contre l'ensemble des règles de surface du règlement local de publicité, l'Union de la publicité extérieure vise en particulier la limitation à 6 m² de la surface unitaire des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, prévue par le paragraphe 16.2.2. Le syndicat requérant n'articule cependant aucun argument précis à l'égard de ce type de support et, sans pour autant l'abandonner, n'étoffe pas sa contestation sur ce point dans ses mémoires. En particulier, l'Union de la publicité extérieure n'expose pas en quoi le format de 6 m², qui reste un format de taille importante pour une enseigne, serait insuffisant pour son identification par la clientèle ciblée. Par suite, en tant qu'il est dirigé contre le paragraphe 16.2.2 du règlement local de publicité, le moyen soulevé par l'Union de la publicité extérieure tiré de l'erreur manifeste d'appréciation entachant les règles de surface du règlement local de publicité doit être écarté.

En ce qui concerne les moyens dirigés contre l'article 17 du règlement local de publicité relatif aux enseignes lumineuses :

S'agissant du paragraphe 17.2.1 autorisant par exception les enseignes numériques pour les établissements culturels dès lors que ces enseignes ont été intégrées à la conception de leurs bâtiments et font partie intégrante de leur composition architecturale :

84. Le GIE Grand Quartier soutient que le choix de ne pas distinguer, dans la règle du paragraphe 17.2.1, les enseignes numériques présentes à la date d'approbation du règlement local de publicité de celles qui n'existent pas encore à cette même date résulterait d'une interprétation erronée en droit de l'article R. 581-88 du code de l'environnement qui impose la mise en conformité des publicités et préenseignes devenues non conformes à un règlement local de

publicité dans un délai de deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur de ce règlement. Si, d'une part, la délibération du 30 juin 2022 motive cette absence de distinction en réponse à la recommandation n° 3 de la commission d'enquête en considérant que le code de l'environnement l'interdirait, elle ne renvoie pas sur ce point à une interprétation de l'article R. 581-88 du code de l'environnement. D'autre part, et en tout état de cause, à supposer même qu'une telle distinction aurait été légale, cela n'entache pas d'erreur de droit le choix de ne pas l'avoir retenue. Par suite, le moyen d'erreur de droit soulevé par le GIE Grand Quartier doit être écarté.

85. Ainsi que le fait valoir le GIE Grand Quartier, le rapport de présentation se borne à évoquer cette exception accordée aux établissements culturels dont les bâtiments ont été conçus pour intégrer des enseignes numériques, sans en expliciter la raison. Cependant, les auteurs du règlement local de publicité de Rennes métropole doivent être regardés comme ayant justifié cette exception au regard du caractère particulier de ces établissements, ce caractère ayant été reconnu à la fois par le pouvoir législatif concernant les préenseignes et les enseignes temporaires au travers des articles L. 581-19 et L. 581-20 du code de l'environnement, et par le pouvoir réglementaire qui, pour l'application de l'article L. 581-18 du même code qui autorise à distinguer des règles relatives aux enseignes à raison de la nature des activités concernées, a prévu des règles plus favorables à ce type d'établissement pour les enseignes sur toitures ou terrasses et les enseignes apposées sur façade, aux articles R. 581-62 et R. 581-63 de ce même code. A... ces conditions, en faisant le choix de ne pas limiter les enseignes numériques intégrées à la conception des bâtiments des établissements culturels, le règlement local de publicité de Rennes métropole doit être regardé comme ayant seulement choisi de ne pas limiter les libertés spécifiquement maintenues pour ce type d'établissement par le règlement national. Dès lors, la limitation de cette exception à ce type d'établissements est en rapport avec leur caractère particulier, par nature non commercial, et, ne concernant qu'un nombre limité de bâtiments, n'est pas manifestement disproportionnée au regard des situations susceptibles de la justifier. Par suite, le GIE Grand Quartier n'est pas fondée à soutenir que cette exception créerait une rupture d'égalité avec les établissements commerciaux.

86. Il ne ressort pas des pièces du dossier qu'hormis le cas particulier des bâtiments du GIE Grand Quartier, les bâtiments des zones d'activité de la métropole de Rennes seraient habituellement caractérisés par l'emploi d'enseignes numériques de plusieurs dizaines de mètres carrés. A... ces conditions, l'absence d'extension de l'exception prévue par le paragraphe 17.2.1 du règlement local de publicité à l'ensemble des activités ne saurait porter une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie ni être entachée d'une erreur manifeste d'appréciation.

S'agissant du paragraphe 17.2.2 prévoyant diverses limitations applicables aux enseignes numériques :

87. À l'occasion du moyen de sa requête dirigé globalement contre l'ensemble des règles de surface du règlement local de publicité, l'Union de la publicité extérieure vise en particulier la limitation à 2 m² de la surface unitaire des écrans des enseignes numériques, prévue par le c) du paragraphe 17.2.2. Le syndicat requérant n'articule cependant aucun argument précis à l'égard de ce type de support et, sans pour autant l'abandonner, n'étoffe pas sa contestation sur ce point dans ses mémoires. En particulier, l'Union de la publicité extérieure ne conteste pas spécifiquement l'objectif poursuivi par le règlement local de publicité tendant à la limitation de l'impact des dispositifs numériques alors que les dispositions ciblées concernent des enseignes, dont les messages nécessitent moins d'espaces que les publicités pour être visibles. Par suite, en tant qu'il est dirigé contre le paragraphe 17.2.2 du règlement local de publicité, le moyen soulevé par l'Union de la publicité extérieure tiré de l'erreur manifeste d'appréciation entachant les règles de surface du règlement local de publicité doit être écarté.

88. Le f) du paragraphe 17.2.2 prévoit que la luminance des enseignes numériques ne doit pas provoquer d'éblouissement et le g) du même paragraphe fixe des valeurs maximales de luminance exprimées en cd/m^2 , de jour ou de nuit, soit en luminance moyenne, soit en luminance maximale sur la valeur du blanc. Les valeurs exprimées pouvant être mesurées par les procédés adéquats de photométrie, le règlement local de publicité n'était pas tenu d'explicitier la procédure à suivre pour mesurer le respect des valeurs ainsi fixées. Par ailleurs, si le règlement local de publicité n'a pas défini les notions d'« éblouissement », de « jour », de « nuit », de « luminance », de « valeur du blanc » et de « luminance moyenne », les f) et g) du paragraphe 17.2.2 restent pour autant suffisamment clairs et intelligibles quand bien-même ces notions pourraient donner lieu à une appréciation de l'autorité compétente pour contrôler le respect du règlement local de publicité, sous le contrôle du juge. Par suite, le moyen de l'Union de la publicité extérieure tiré de la méconnaissance de l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme doit être écarté.

89. Si l'article R. 418-4 du code de la route renvoie à un arrêté ministériel le soin de fixer des normes de luminance maximale des dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques en vue de satisfaire un objectif de sécurité routière, ces dispositions n'interdisent pas au règlement local de publicité, qui poursuit un objectif différent de protection du cadre de vie, de fixer ses propres règles de luminance maximale ainsi que le lui autorise l'article L. 581-18 du code de l'environnement. Ainsi, l'Union de la publicité extérieure n'est pas fondée à soutenir que le règlement local de publicité de Rennes métropole aurait commis une erreur de droit en s'accaparant une compétence attribuée par le code de la route au ministre chargé de l'équipement et au ministre de l'intérieur.

90. L'Union de la publicité extérieure soutient que la valeur maximale de luminance moyenne fixée à 500 cd/m^2 de jour est insuffisante pour assurer la visibilité des enseignes numériques et serait par conséquent entachée d'une erreur manifeste d'appréciation. Le g) du paragraphe 17.2.2 autorise toutefois une luminance maximale de jour de $3\,000 \text{ cd/m}^2$ sur la valeur du blanc. Il ressort des pièces du dossier que cette luminance plus élevée accordée à la valeur du blanc a été ajoutée au règlement local de publicité après l'enquête publique, pour répondre aux demandes des afficheurs numériques et à la recommandation émise par la commission d'enquête. À l'instance, l'Union de la publicité extérieure se borne à contester le rapport du 20 avril 2022 commandé par Rennes métropole à la suite de l'enquête publique, sans produire elle-même d'étude qui évaluerait le manque d'intérêt de cette rehausse de la luminance de la valeur du blanc sur la visibilité des enseignes affichées sur les écrans numériques. Ainsi, en l'état, il ne ressort pas des pièces du dossier que la rehausse permise sur la valeur du blanc ne permettrait pas aux établissements commerciaux, par contraste des couleurs avec les blancs, de rendre leurs enseignes numériques visibles de jour. Par suite, le moyen de l'Union de la publicité extérieure, dirigé contre la valeur de luminance moyenne de jour des enseignes numériques, tiré de l'erreur manifeste d'appréciation, doit être écarté.

S'agissant du paragraphe 17.3.1 limitant à 1 m^2 par baie la surface cumulée de l'ensemble des dispositifs numériques situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial :

91. Pour les mêmes motifs que ceux exposés au point 73, les moyens de l'Union de la publicité extérieure tirés de ce que la limitation de la surface cumulée des dispositifs numériques en vitrine des locaux commerciaux, prévue par le paragraphe 17.3.1 du règlement local de publicité, porterait une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté de l'affichage et de la publicité ou serait entachée d'une erreur manifeste d'appréciation doivent être écartés.

S'agissant du paragraphe 17.3.2 imposant aux enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial les règles de luminance définies au paragraphe 17.2.2 :

92. Pour les mêmes motifs que ceux exposés aux points 87 à 90, les moyens de l'Union de la publicité extérieure tirés de l'interdiction déguisée des enseignes numériques situées en vitrine des locaux commerciaux qui résulterait de l'application des règles de luminance moyenne de jour et de l'erreur manifeste d'appréciation doivent être écartés.

S'agissant de l'article 17 dans son ensemble :

93. S'agissant des enseignes numériques, l'Union de la publicité extérieure soutient, sans développer précisément son argumentation sur ce point, que les différentes règles imposées d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses conduiraient en réalité à l'interdiction des enseignes lumineuses et numériques. Toutefois, d'une part, les enseignes lumineuses sont autorisées sur l'ensemble du territoire aggloméré, sous réserve du respect des règles applicables aux différents types de supports utilisés et du respect de règles spécifiques aux enseignes lumineuses consistant en l'imposition de plages horaires d'extinction nocturne. Quant aux enseignes numériques, si elles font l'objet de restrictions plus importantes, elles restent autorisées en secteur 2a de la zone n° 2, c'est-à-dire à l'intérieur des zones d'activité de l'unité urbaine de Rennes, où elles peuvent être apposées de manière complémentaire à des enseignes classiques sur des supports scellés au sol avec une surface unitaire d'écran de 2 m², qui n'apparaît pas insuffisante pour permettre la visibilité et la lisibilité des enseignes dont le message est le plus souvent peu volumineux. A... ces conditions, l'Union de la publicité extérieure n'est pas fondée à soutenir que le règlement local de publicité devrait être regardé comme ayant prévu une interdiction de fait des enseignes lumineuses et/ou numériques.

En ce qui concerne les moyens tirés de ce que, dans son ensemble, le règlement local de publicité de Rennes métropole institue une rupture d'égalité entre les publicités et préenseignes sur terrain privé et les publicités et préenseignes autorisées sur le mobilier urbain :

94. Il résulte de ce qui a été dit aux points 32, 37, 41, 44 et 48 que, par les règles de limitation des surfaces unitaires à 2 m² en tant qu'elles sont « supports compris » en ce qui concerne les publicités et préenseignes sur façade en zone n° 1 et les publicités et préenseignes sur clôture, par les règles de limitation des saillies à 10 cm pour les publicités et préenseignes sur façade et sur clôture, et par l'interdiction des publicités et préenseignes scellées au sol en zone n° 3, le règlement local de publicité a imposé un cumul de règles entraînant une rupture d'égalité, eu égard à leur différence de situation, entre les publicités et préenseignes privées et le mobilier public. En revanche, il n'est pas établi que participeraient de cette rupture d'égalité, soit parce qu'elles n'ont pas vocation à s'appliquer au mobilier public, soit parce qu'elles sont dûment proportionnées et justifiées par l'objectif de protection du cadre de vie eu égard aux différences de situation régissant le mobilier urbain et les publicités et préenseignes privées, notamment pour les motifs qui ont été relevés aux points 36, 40, 43, 56 et 77, les autres règles appliquées aux publicités et préenseignes.

En ce qui concerne le moyen tiré de ce que les règles de surface du règlement local de publicité de Rennes métropole seraient entachées, dans leur ensemble, d'une erreur manifeste d'appréciation en ce qu'elles conduiraient à une interdiction déguisée de la publicité :

95. Par l'ensemble de ses règles de surface unitaire des dispositifs de publicités et préenseignes, le règlement local de publicité a interdit de manière générale et absolue le format de 8 m² sur son territoire, sans pour autant, s'agissant des publicités et préenseignes, autoriser des formats standards d'affiche dès lors qu'il fixe des règles de surface unitaire « supports compris ». À cet égard, ainsi qu'il a été dit aux points 32, 41, 49 et 71, les règles de surface unitaire des publicités et préenseignes sur façade, sur clôture et scellées au sol sont entachées d'une erreur manifeste d'appréciation. De même, ainsi qu'il a été dit aux points 33 et 50, le territoire de Rennes métropole ne saurait présenter des spécificités locales justifiant une interdiction générale et absolue du format de 8 m², qui devait, à tout le moins, être autorisé dans la zone la moins sensible, c'est-à-dire le secteur 2a de la zone n° 2 correspondant aux zones d'activité de l'unité urbaine de Rennes. Toutefois, pour les mêmes motifs que ceux exposés aux points 34, 42 et 51, tant qu'un format standard de moyenne taille de 4 m² reste effectivement permis, les règles de surface unitaire des publicités et préenseignes, eu égard aux conditions d'apaisement des conditions de circulation au sein des autres parties agglomérées de la métropole, ne sont pas entachées d'une erreur manifeste d'appréciation et ne peuvent être regardées comme constituant une interdiction déguisée des publicités et préenseignes sur l'ensemble du territoire de Rennes métropole. Par suite, si en tant qu'il vise les règles de surface des publicités et préenseignes sur façade, sur clôture et scellées au sol et les publicités et préenseignes numériques, le moyen soulevé par l'Union de la publicité extérieure est fondé dans la mesure relevée aux points 32, 33, 41, 49, 50 et 71, son moyen doit en revanche être écarté pour le surplus, en particulier s'agissant des règles relatives au mobilier urbain conformément à ce qui est dit aux points 78 et 79.

96. Quant aux enseignes, ainsi qu'il a été dit aux points 80, 81, 83 et 87, l'Union de la publicité extérieure n'explicitant pas la problématique propre au format de 8 m² s'agissant de leur cas particulier, son moyen tiré de l'erreur manifeste d'appréciation des règles de surface unitaire qui leur sont imposées doit être écarté.

97. Enfin, pour les mêmes motifs que ceux retenus aux points 73 et 91, le moyen de l'Union de la publicité extérieure dirigé contre l'ensemble des règles de surface doit être écarté en tant qu'il concerne les dispositifs numériques situés en vitrine ou dans les baies des locaux commerciaux.

En ce qui concerne le moyen tiré de ce que, dans son ensemble, le règlement local de publicité porte une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et méconnaît les règles de la concurrence :

98. Pour l'ensemble des motifs exposés aux points 32 à 79, la société Affiouest est fondée à soutenir que le règlement local de publicité porte, globalement, une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie dès lors que certaines de ses règles portent à cette liberté des atteintes qui ne sont pas rendues nécessaires par l'objectif de protection du cadre de vie ou ne sont pas dûment proportionnées à la réalisation de cet objectif. Ainsi qu'il a été dit, participent d'une telle atteinte les paragraphes 3.1.1, 4.1.2 et 5.1.2 du règlement local de publicité limitant « support compris » la surface unitaire des publicités et préenseignes sur façade, sur clôture et scellées au sol, les mêmes paragraphes 3.1.1 et 5.1.2 en tant qu'ils interdisent le grand format de 8 m² en secteur 2a de la zone n° 2, les paragraphes 3.1.4 et 4.1.5 qui limitent à 10 cm les saillies des publicités et préenseignes sur façade et sur clôture, le paragraphe 5.1.1 en ce qu'il interdit les publicités et préenseignes scellées au sol en zone n° 3, le

paragraphe 9.2.1 en ce qu'il interdit les autres supports que ceux scellés au sol aux publicités et préenseignes numériques et le paragraphe 9.2.3 qui limite à 2 m² la surface unitaire des écrans des publicités et préenseignes numériques. En revanche, ainsi qu'il a été dit, les autres mesures comprises dans le règlement local de publicité sont dûment proportionnées à l'objectif de protection du cadre de vie et ne participent pas au caractère disproportionné de l'atteinte portée à la liberté du commerce et de l'industrie ou conduiraient à la possibilité pour les afficheurs, détenteurs des contrats publics relatifs au mobilier urbain, d'exploiter leur position dominante de manière abusive. Partant, pour ce qui concerne ces autres mesures, les moyens tirés de l'atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et de la méconnaissance des règles de la concurrence doivent être écartés.

En ce qui concerne le moyen tiré du détournement de pouvoir :

99. Bien que la présidente de Rennes métropole ait affirmé à la presse que le règlement local de publicité poursuivait un objectif de lutte contre la surconsommation, il ressort du rapport de présentation du règlement que les auteurs de ce règlement ont bien entendu justifier l'ensemble des mesures prises par le seul motif prévu par la loi, tiré de la protection du cadre de vie. A... ces conditions, et quand bien-même une élue aurait accessoirement poursuivi un objectif étranger à celui prévu par la loi, cette circonstance ne saurait permettre à la société Affiouest d'établir que le règlement local de publicité aurait été approuvé par détournement de procédure ou détournement de pouvoir, c'est-à-dire dans un but autre que celui poursuivi par la loi.

100. Il résulte de tout ce qui précède que le règlement local de publicité de Rennes métropole doit être annulé en tant seulement que par ses paragraphes 3.1.1, 4.1.2 et 5.1.2, il limite « supports compris » la surface unitaire des publicités et préenseignes sur façade, sur clôture et scellées au sol, par ses paragraphes 3.1.1 et 5.1.2, il n'autorise pas le format de 8 m² en secteur 2a de la zone n° 2, par ses paragraphes 3.1.4 et 4.1.5, il limite à 10 cm la saillie des publicités et préenseignes sur façade et sur clôture, par son paragraphe 5.1.1, il exclut l'installation des publicités et préenseignes scellées au sol en zone n° 3, par son paragraphe 9.2.1, il interdit aux publicités et préenseignes numériques les autres supports que ceux scellés au sol, sauf seulement en ce que ce paragraphe 9.2.1 a entendu conforter l'interdiction des publicités et préenseignes sur toiture et par son paragraphe 9.2.3, il limite à 2 m² la surface unitaire des écrans des publicités et préenseignes numériques.

101. Pour l'application du dernier alinéa de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, aucun des autres moyens spécifiquement dirigés contre les paragraphes faisant l'objet d'une annulation ne sont fondés.

Sur les frais liés au litige :

102. Le Syndicat national de la publicité extérieure, ayant la qualité d'intervenante à l'instance n° 2204411, n'est pas une partie au litige et n'est pas recevable à présenter des conclusions sur le fondement de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

103. Il y a lieu, dans les circonstances de l'espèce, de mettre à la charge de Rennes métropole, sur le fondement de l'article L. 761-1 du code de justice administrative, une somme de 1 000 euros à verser au GIE Grand Quartier, une somme de 1 000 euros à verser à la société Affiouest, et une somme de 1 000 euros à verser à l'Union de la publicité extérieure.

104. Les requérants n'étant pas les parties perdantes, pour l'essentiel, les dispositions de l'article L. 761-1 du code de justice administrative font obstacle à ce qu'une somme soit mise à leur charge à verser à Rennes métropole au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

D É C I D E :

Article 1^{er} : L'intervention du syndicat national de la publicité extérieure est admise dans les limites des conclusions à fin d'annulation partielle présentées par la société Signali dans l'instance n° 2204411.

Article 2 : Le règlement local de publicité de Rennes métropole est annulé en tant que :

- par son paragraphe 3.1.1, il limite « supports compris » la surface unitaire des publicités et préenseignes sur façade ;
- par son paragraphe 3.1.1, il interdit le format de 8 m² en secteur 2a de la zone n° 2 ;
- par son paragraphe 3.1.4, il limite à 10 cm la saillie des publicités et préenseignes sur façade ;
- par son paragraphe 4.1.2, il limite « supports compris » la surface unitaire des publicités et préenseignes sur clôture ;
- par son paragraphe 4.1.5, il limite à 10 cm la saillie des publicités et préenseignes sur clôture ;
- par son paragraphe 5.1.1, il exclut l'installation des publicités et préenseignes scellées au sol en zone n° 3 ;
- par son paragraphe 5.1.2, il limite « supports compris » la surface unitaire des publicités et préenseignes scellées au sol ;
- par son paragraphe 5.1.2, il interdit le format de 8 m² en secteur 2a de la zone n° 2 ;
- par son paragraphe 9.2.1, il interdit aux publicités et préenseignes numériques les autres supports que ceux scellés au sol, sauf seulement en ce qu'il a entendu interdire ces publicités et préenseignes sur toiture ;
- par son paragraphe 9.2.3, il limite à 2 m² la surface unitaire des écrans des publicités et préenseignes numériques.

Article 3 : Au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative, Rennes métropole versera au GIE Grand Quartier la somme de 1 000 euros, à la société Affiouest la somme de 1 000 euros et à l'Union de la publicité extérieure la somme de 1 000 euros.

Article 4 : Le surplus des conclusions des requêtes est rejeté.

Article 5 : Les conclusions présentées par Rennes métropole au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative sont rejetées.

Article 6 : Le présent jugement sera notifié au GIE Grand Quartier, à la société Signali, au Syndicat national de la publicité extérieure, à la société Affiouest, à l'Union de la publicité extérieure et à Rennes métropole.

Copie en sera transmise au préfet d'Ille-et-Vilaine.

Délibéré après l'audience du 9 octobre 2025 à laquelle siégeaient :

M. Vennégues, président,
M. Desbourdes, premier conseiller,
Mme Villebesseix, conseillère.

Rendu public par mise à disposition au greffe le 3 novembre 2025.

Le rapporteur,

signé

W. Desbourdes

Le président,

signé

P. Vennégues

La greffière,

signé

I. Le Vaillant

La République mande et ordonne au préfet d'Ille-et-Vilaine en ce qui le concerne ou à tous commissaires de justice à ce requis en ce qui concerne les voies de droit commun contre les parties privées, de pourvoir à l'exécution de la présente décision.