

# RLPi

DUNKERQUE AGGLOMÉRATION

## Règlement Local de Publicité Intercommunal

Rapport de présentation



# TABLE DES MATIÈRES



<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>4</b>
<b>CONTEXTE LÉGISLATIF</b> .....	<b>4</b>
<b>INTÉRÊT D'UN RLPI</b> .....	<b>4</b>
Éviter la caducité.....	4
Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire.....	4
<b>1   LA PROCEDURE D'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL</b> ...	<b>6</b>
<b>1.1   LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2   LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU RLPI</b> .....	<b>8</b>
1.2.1   Le rapport de présentation.....	8
1.2.2   Le règlement .....	8
1.2.3   Les annexes .....	8
<b>1.3   LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL</b> .....	<b>9</b>
1.3.1   La publicité .....	9
1.3.2   L'enseigne .....	10
1.3.3   La préenseigne.....	11
1.3.4   Le cas particulier des préenseignes dérogatoires.....	12
1.3.5   L'affichage d'opinion .....	13
1.3.6   Les bâches .....	14
1.3.7   La publicité de petit format .....	15
1.3.8   La publicité sur véhicules terrestres.....	15
1.3.9   Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation .....	16
<b>2   LE TERRITOIRE</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1   LES CARACTÉRISTIQUES TERRITORIALES ET LES ENJEUX POUR LA PUBLICITÉ</b>	
<b>EXTÉRIEURE</b> .....	<b>18</b>
2.1.1   Approche globale : les paysages de la CUD .....	18
2.1.2   Le patrimoine naturel.....	23
2.1.3   Le patrimoine architectural .....	26
2.1.4   Les grands axes .....	29
2.1.5   Les zones d'activités économiques et commerciales .....	30
2.1.6   Les quartiers résidentiels.....	35
<b>2.2   SYNTHÈSE DES SECTEURS À ENJEUX POUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE</b> .....	<b>36</b>
<b>3   LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES</b> .....	<b>37</b>
<b>3.1   LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE</b> .....	<b>37</b>
3.1.1   La population de référence .....	37
3.1.2   Définition de l'agglomération .....	37
3.1.3   Définition de la communauté urbaine (INSEE) .....	37
3.1.4   Définition de l'unité urbaine (INSEE).....	37
<b>3.2   LA NOTION D'AGGLOMÉRATION</b> .....	<b>39</b>

3.3   LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES À LA PUBLICITÉ.....	41
3.3.1   La surface de la publicité .....	41
3.3.2   Les principales règles applicables à la publicité murale.....	41
3.3.3   Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol .....	43
3.3.4   Le régime applicable à la publicité numérique .....	43
3.3.5   Le régime applicable au mobilier urbain .....	45
3.3.6   La publicité sur véhicules terrestres.....	45
3.3.7   La publicité sur bâches .....	45
3.3.8   La règle nationale de densité.....	46
3.3.9   L'obligation d'extinction nocturne .....	47
3.4   LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES .....	48
3.4.1   Les principales règles applicables à l'enseigne murale .....	48
3.4.2   Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol.....	49
3.4.3   Les principales règles applicables à l'enseigne sur toiture ou terrasse.....	50
3.4.4   Les principales règles d'extinction nocturne .....	51
3.5   LE POUVOIR DE POLICE .....	52
3.6   LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP ACTUEL .....	53
<b>4   LE DIAGNOSTIC.....</b>	<b>57</b>
4.1   MÉTHODE DE RECENSEMENT .....	57
4.1.1   Publicité.....	57
4.1.2   Enseignes.....	58
4.2   LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ .....	59
4.3   LA CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS .....	64
4.3.1   La publicité .....	64
4.3.2   Les Enseignes.....	69
4.4   LES CONSTATS, HORS DES CAS DE NON-CONFORMITÉ .....	72
4.4.1   La publicité .....	72
4.4.2   Les enseignes .....	79
4.5   SYNTHÈSE DES CONSTATS .....	84
4.5.1   Publicité.....	84
4.5.2   Enseignes .....	84
<b>5   LES ORIENTATIONS.....</b>	<b>85</b>
5.1   LES ORIENTATIONS POUR LA PUBLICITÉ SONT : .....	85
5.2   LES ORIENTATIONS POUR LES ENSEIGNES SONT : .....	86
<b>6   EXPLICATION DES CHOIX.....</b>	<b>87</b>
6.1   PUBLICITÉ.....	87
6.1.1   Dispositions générales .....	87
6.1.2   Zone P1 .....	88
6.1.3   Zone P2 .....	88
6.1.4   Zone P3 .....	89
6.1.5   Zone P4 .....	89
6.1.6   Zone P5 .....	91
6.2   ENSEIGNES.....	92
6.2.1   Dispositions générales .....	92
6.2.2   Zone E1.....	93
6.2.3   Zone E2.....	94
6.2.4   Zone E3.....	95

# INTRODUCTION



## CONTEXTE LÉGISLATIF

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement, il convient de retenir celles qui concernent l'institution par les communes ou leurs groupements compétents en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application qui constituent le règlement national de la publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'environnement.

Depuis la loi ENE, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui devient donc intercommunal (RLPi).

## INTÉRÊT D'UN RLPi

### Éviter la caducité

Actuellement, une seule commune, Dunkerque, dispose d'un règlement local de publicité (RLP) communal. Adopté le 7 avril 2010, soit antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, on dit à son propos qu'il s'agit d'un règlement de publicité de première génération. Or l'article L.581-14-3 du Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, sous peine de caducité. Le délai ayant été prorogé de deux ans en 2020 lorsque la délibération de prescription a été prise avant juillet 2020, le RLP de Dunkerque sera caduc le 13 juillet 2022.

### Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire

Les règlements locaux de publicité intercommunaux (RLPi) sont devenus de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et préenseignes.

Les RLPi s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Élaborés selon une procédure identique à celle des plans locaux d'urbanisme intercommunaux (PLUi), ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie ; ils renforcent l'identité du territoire.

Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLPi sera établi.

Le RLPi institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLPi peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Sont notamment concernés les lieux suivants :

- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques ;
- les sites inscrits et les sites Natura 2000.

# LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL



## 1.1 | LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLPi est identique à celle d'un PLUi (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

Les modalités de collaboration entre la Communauté Urbaine de Dunkerque et les communes membres ont été définies à l'occasion d'une conférence intercommunale regroupant l'ensemble des maires.

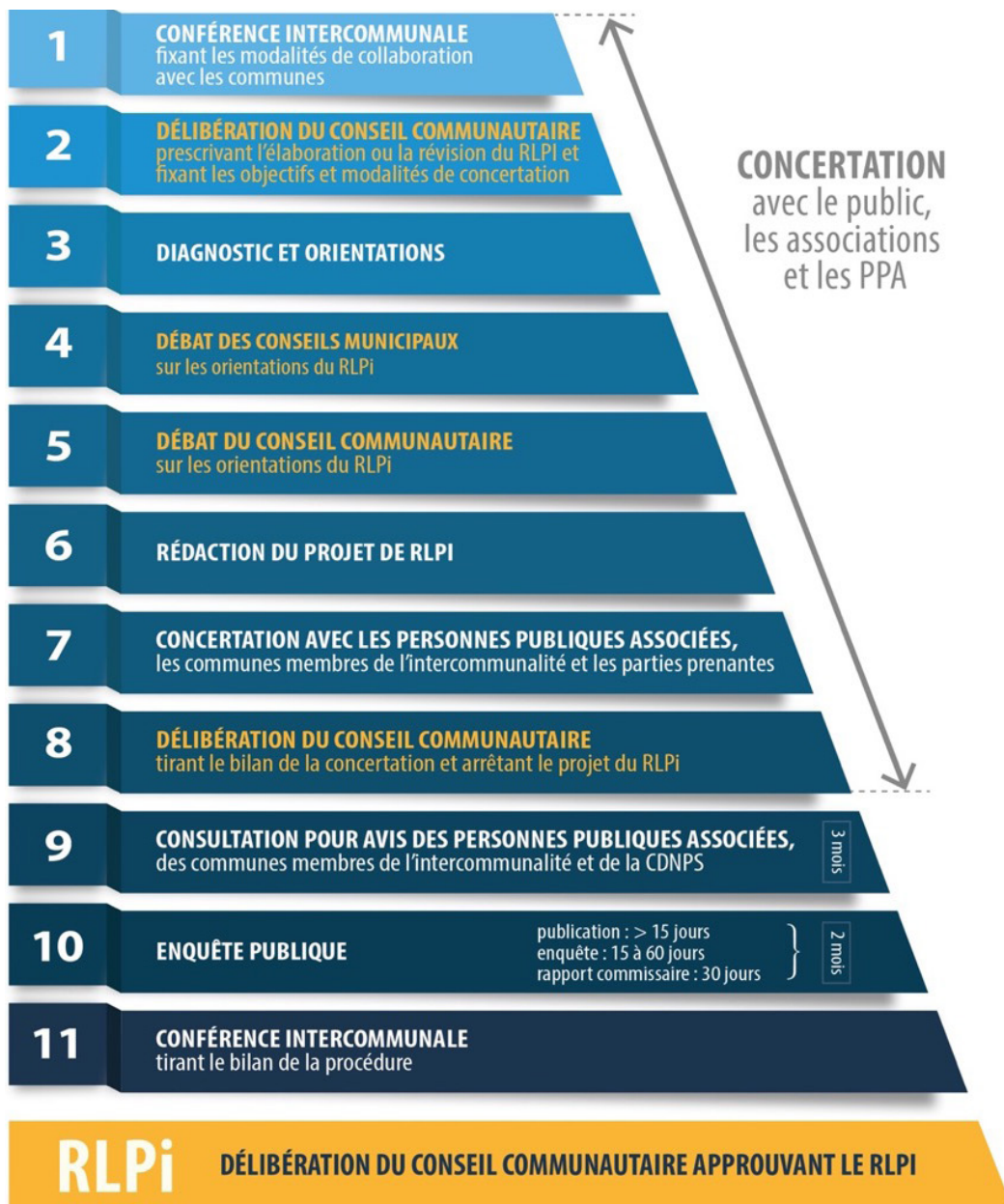
La délibération de prescription du RLPi en date du 19 décembre 2019 a précisé les objectifs poursuivis et a également défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLPi (articles L.103-2 et L.153-11 du Code de l'urbanisme).

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat sur les orientations du règlement est organisé deux mois au moins avant son arrêt en conseil communautaire ; il est parallèlement débattu au sein de chaque

conseil municipal. En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), aux communes membres, ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

Le projet fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des personnes publiques associées (PPA). Après une nouvelle conférence intercommunale qui tire le bilan de toute la procédure, le projet de RLPi est définitivement approuvé par le conseil communautaire.



**Schéma de la procédure RLPi**

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLPi entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera opposable que deux ans plus tard pour les publicités et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement).

	Nouveaux dispositifs	Dispositifs en place
Publicité	Application immédiate	2 ans après approbation
Enseignes	Application immédiate	6 ans après approbation

## 1.2 | LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU RLPi

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLPi comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

### 1.2.1 | Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état de la publicité extérieure sur le territoire du RLPi. Il procède à un recensement des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie et analyse leur conformité aux dispositions du RNP et, le cas échéant, du (des) RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux. Pour cela, il relève les secteurs nécessitants, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées dans le règlement.

### 1.2.2 | Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLPi à la publicité, aux enseignes et préenseignes. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLPi, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

### 1.2.3 | Les annexes

**Les annexes sont constituées :**

- des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement ;
- des arrêtés municipaux fixant les limites du territoire aggloméré des différentes communes membres de la communauté urbaine ;
- des documents graphiques les matérialisant.

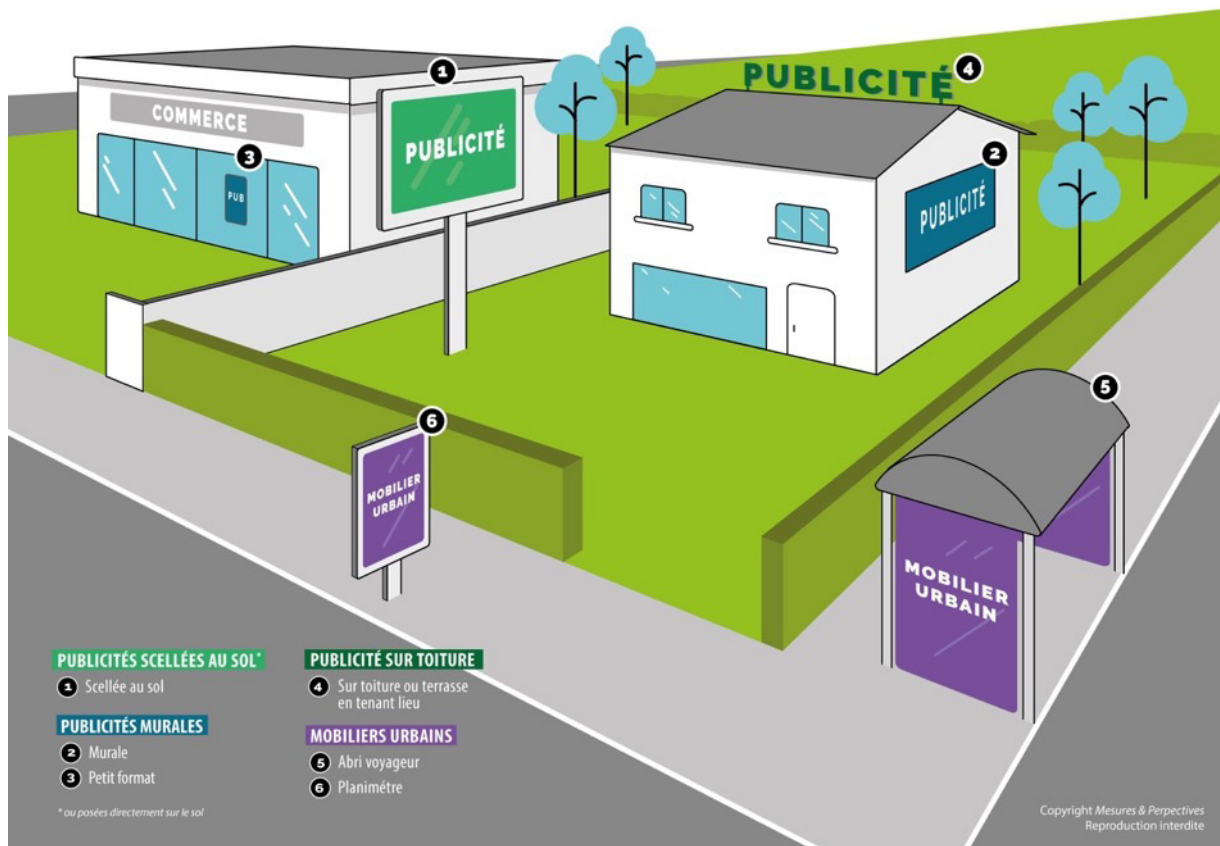


## 1.3 | LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL

L'article L.581-2 du Code de l'environnement définit les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées ; il s'agit de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

### 1.3.1 | La publicité

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3-1° du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



**Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité réglementés par le RNP suivant :**

- leurs conditions d'implantation (publicités scellées au sol, apposées sur un support existant, sur bâches, apposées sur du mobilier urbain) ;
- leurs dimensions ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).

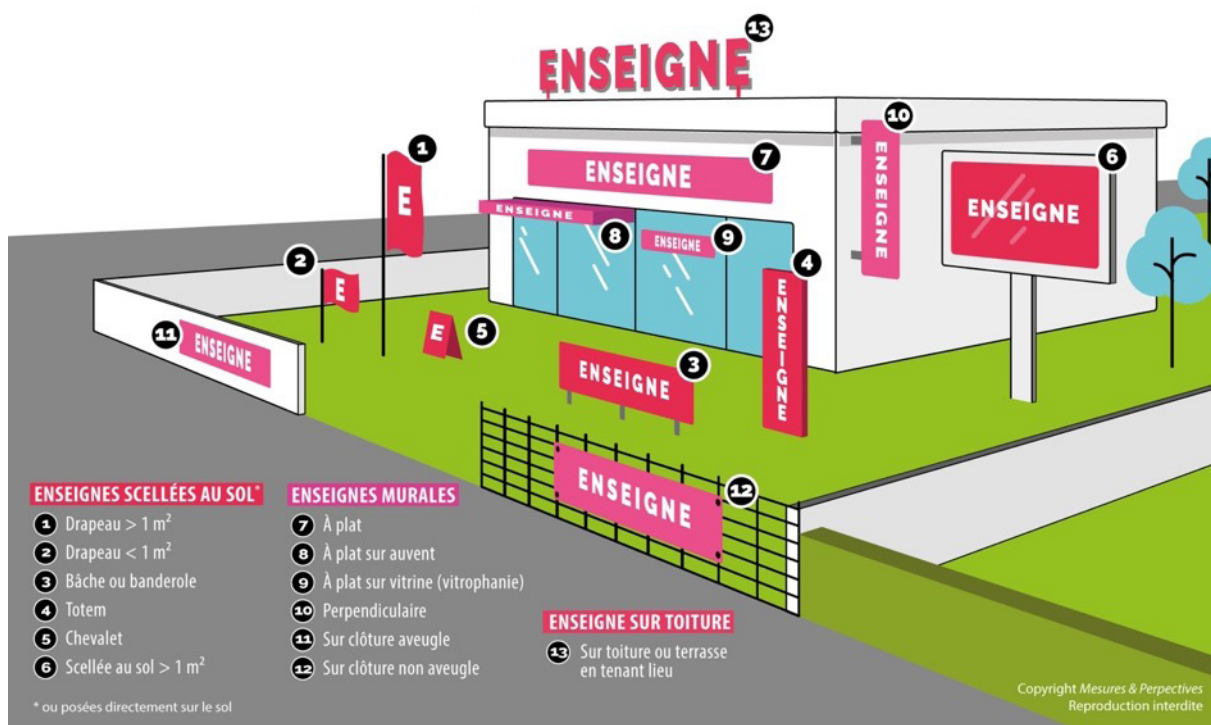
Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de la commune et de son appartenance à une unité urbaine dans lesquelles ils sont installés.

### 1.3.2 | L'enseigne

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3-2° du Code de l'environnement).

Les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur lieu d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol.

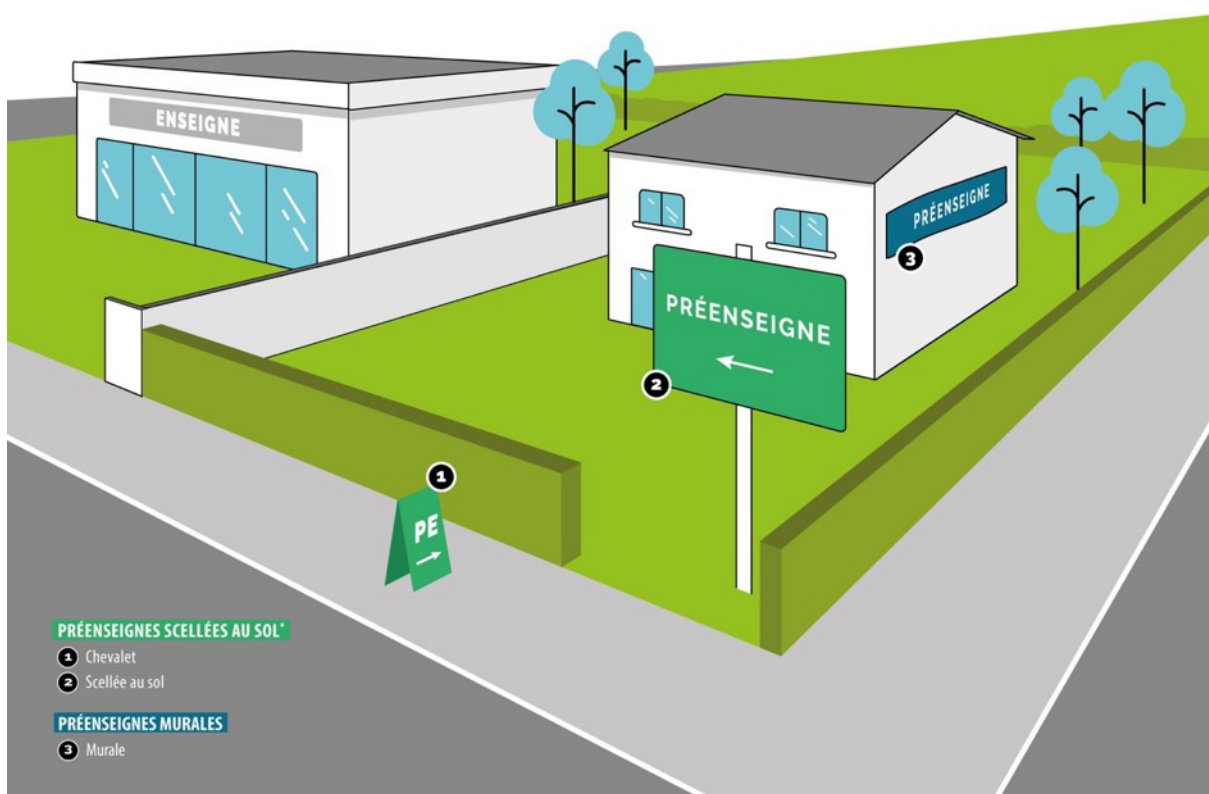


### 1.3.3 | La préenseigne

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

La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement). Elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLPi ne peut leur instituer de dispositions particulières différentes de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.



### 1.3.4 | Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

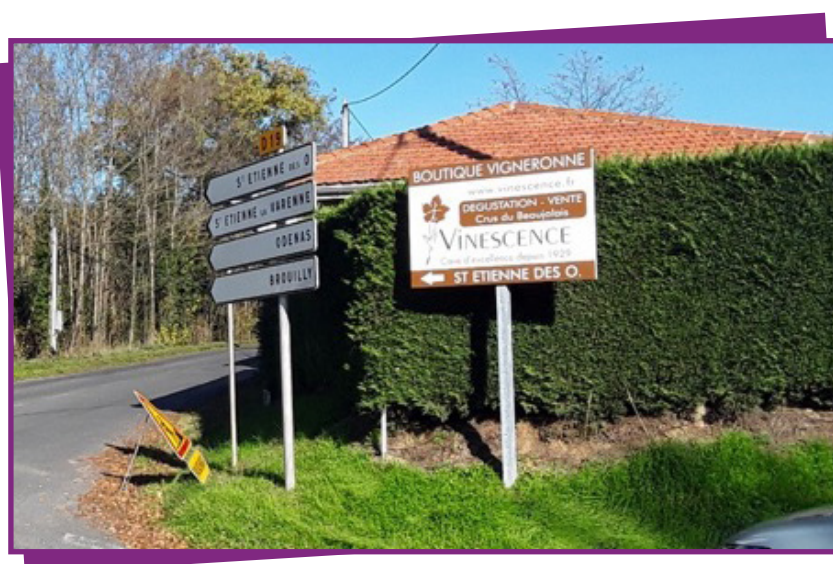
Seules les préenseignes dérogatoires (Art. L.581-19 et R.581-66 et 67) sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. Elles sont implantées hors agglomération.

**Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que :**

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois, mentionnées dans les articles L.581-20, R.581-68, 69 et 71 du Code de l'environnement. Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Elles sont soumises à des conditions de format, de distance par rapport à l'entrée de la commune ou du lieu où est exercée l'activité et de nombre par rapport à l'activité signalée :

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Fabrication ou vente de produits du terroir	Monopied 1 m (h) x 1,5 m (L)	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments historiques ouverts à la visite		4	10 km
Temporaires		4	-



— Préenseigne dérogatoire (photo prise en dehors du territoire de la CUD)

### 1.3.5 | L'affichage d'opinion

Le régime de l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (l'article L.581-13 du Code de l'environnement) exige que chaque commune réserve sur l'ensemble du territoire communal des emplacements disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

**La surface minimale ainsi réservée est de :**

- 4 m<sup>2</sup> pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m<sup>2</sup> plus 2 m<sup>2</sup> par tranche de 2 000 habitants pour les communes dont la population est comprise entre 2 000 et 10 000 habitants ;
- 12 m<sup>2</sup> plus 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants.

Population		Surface en m <sup>2</sup>
De	A	
0	2 000	4
2 001	2 000	6
4 001	6 000	8
6 001	8 000	10
8 001	10 000	12
au-delà de 10 000		5 m <sup>2</sup> par tranche supplémentaire de 10 000

Les emplacements sont fixés par arrêté municipal.

**La surface à mettre à disposition dans chaque commune de la communauté urbaine est la suivante :**

Commune	Population	Surface en m <sup>2</sup>
Armbouts-Cappel	2 329	6
Bourbourg	7 151	10
Bray-Dunes	4 527	8
Cappelle-la-Grande	7 973	10
Coudekerque-Branche	21 428	22
Craywick	700	4
Dunkerque	88 667	52
Ghyvelde	4 254	8
Grand-Fort-Philippe	5 095	8
Grande-Synthe.	23 157	22
Gravelines	11 386	17

Leffrinckoucke	4 358	8
Loon-Plage	6 269	10
Saint-Georges-sur-l'Aa	315	4
Spycker	1 834	4
Téteghem-Coudekerque-Village	8 592	12
Zuydcoote	1 736	4



— Panneau affichage d'opinion - Dunkerque

### 1.3.6 | Les bâches

Les bâches de chantier sur échafaudage ou publicitaires peuvent être autorisées par le maire, tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles après avis de la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS).



— Bâche de chantier (photo prise en dehors du territoire de la CUD)

### 1.3.7 | La publicité de petit format

L'article L581-8 du Code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petits format intégrés à la devanture commerciale dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie.

Selon l'article R581-57, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m<sup>2</sup>. La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m<sup>2</sup>.



Publicité de petit format

### 1.3.8 | La publicité sur véhicules terrestres

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de supports de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques. Ils ne peuvent circuler en convoi, ni rouler à une vitesse anormalement réduite. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m<sup>2</sup> (article R. 581-48).



Véhicule publicitaire (photo prise en dehors du territoire de la CUD)

### 1.3.9 | Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

Malgré leur ressemblance avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du Code de l'environnement.

Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), ou les dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



Signalisation routière - Dunkerque



Signalisation d'information locale (SIL) - Gravelines



Relais Information Service (RIS) - Petite Synthe et Grande Synthe



Sont également exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité, ainsi que les œuvres artistiques ou les décorations.



**Journal électronique d'information (JEI) - Bray Dunes**

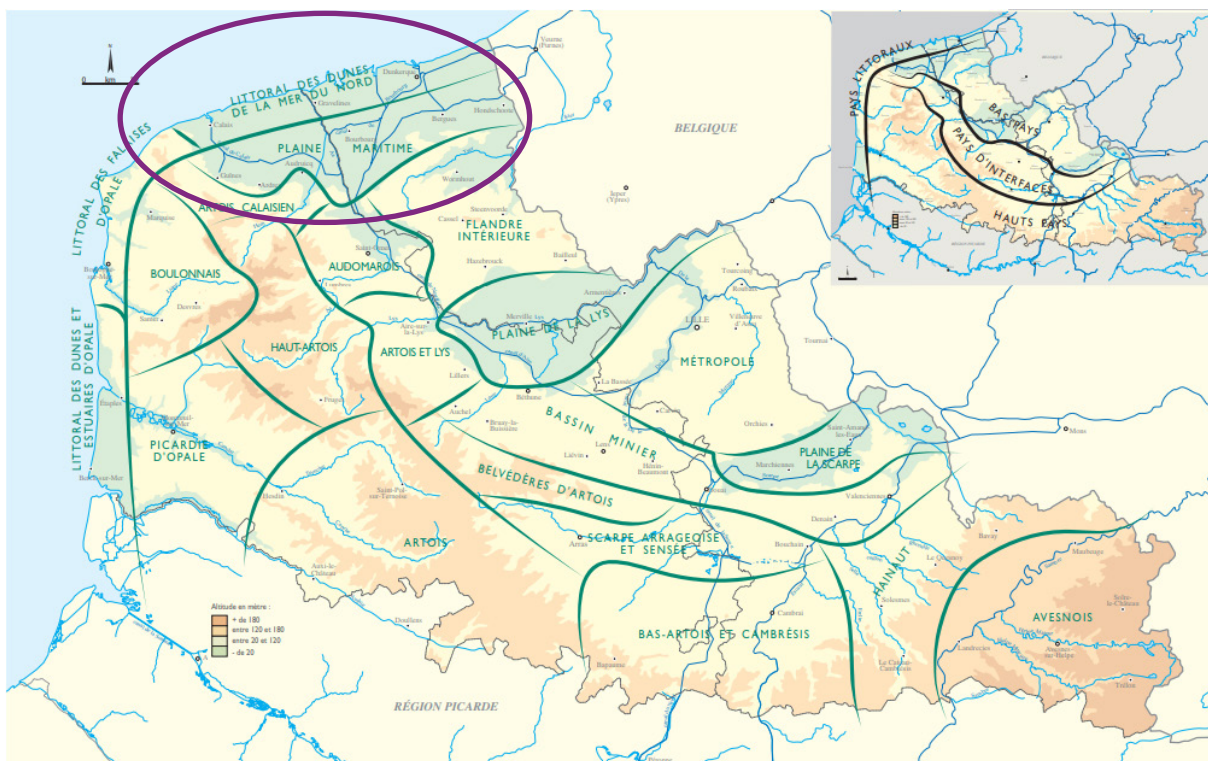
# LE TERRITOIRE



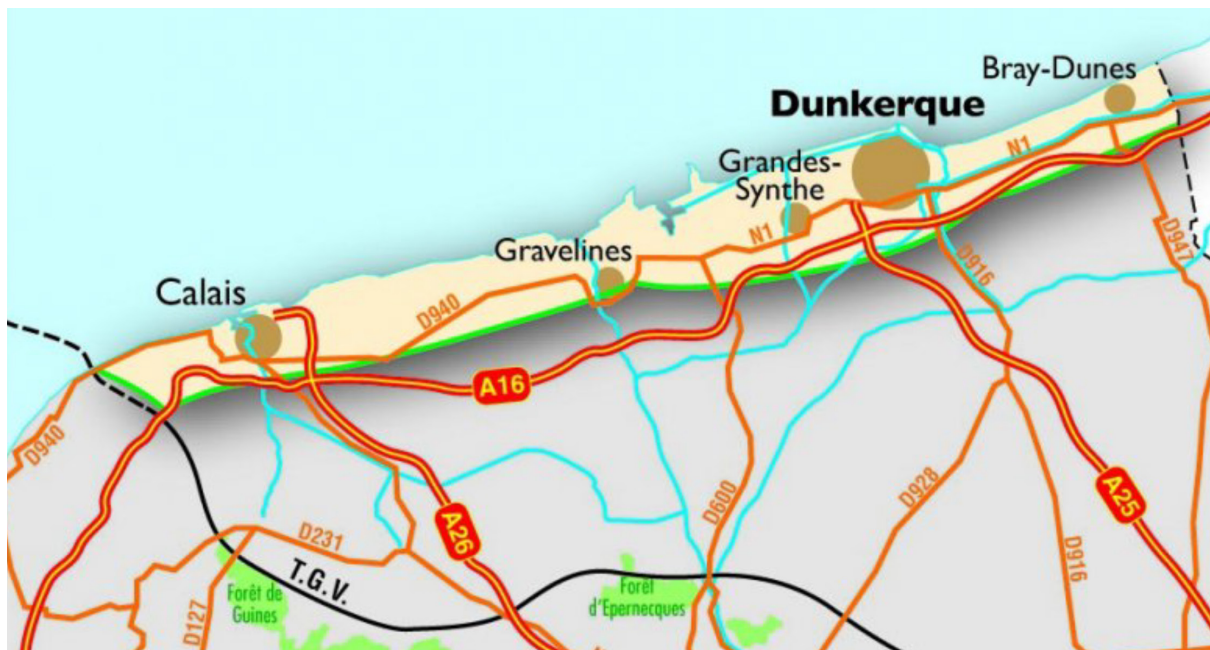
## 2.1 | LES CARACTÉRISTIQUES TERRITORIALES ET LES ENJEUX POUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

### 2.1.1 | Approche globale : les paysages de la CUD

L'emprise territoriale de la communauté urbaine de Dunkerque s'inscrit sur deux grands ensembles paysagers différents, définis par l'atlas des paysages du Nord-Pas-de-Calais : le littoral des dunes de la mer du Nord et la plaine maritime. Elles sont caractérisées par des conditions de sols, d'hygrométrie, de végétation différentes.



Source : Atlas des paysages du Nord-Pas-de-Calais, Nord.gouv.fr, 2005



Source : Atlas des paysages du Nord-Pas-de-Calais, Nord.gouv.fr, 2005

Ces paysages sont conditionnés par un riche réseau hydrographique autour du delta de l'Aa.

**La plaine maritime est caractérisée par des particularités physiques affirmées :**

- un relief peu marqué avec une côte moyenne de +2 mètres au-dessus de la mer ;
- une trame hydrologique structurée par l'Aa et la Haute-Colme.



Paysage caractéristique de la plaine maritime, Source : Atlas des paysages du Nord-Pas-de-Calais, Nord.gouv.fr, 2005

Du fait de sa singularité, la plaine maritime représente une riche mosaïque d'habitats naturels, semi-naturels et artificiels contribuant ainsi à la valeur écologique du territoire.

La plaine maritime est le paysage du Nord qui a été le plus façonné par le travail de l'Homme.

Ces caractéristiques physiques expliquent la facilité du développement urbain (pas d'entrave de relief) mais la nécessaire maîtrise de l'eau. Historiquement, seule la ville de Bergues assure « une présence urbaine » au sein du Delta de l'Aa. Ailleurs, l'urbanisation se développe grâce à l'assèchement des sols. La présence urbaine se limite à quelques villages disposés en couronne autour de Dunkerque. En dehors de ces villages concentrés à l'est et étirés à l'ouest, l'habitat diffus, très caractéristique de la plaine maritime quadrille littéralement le territoire.

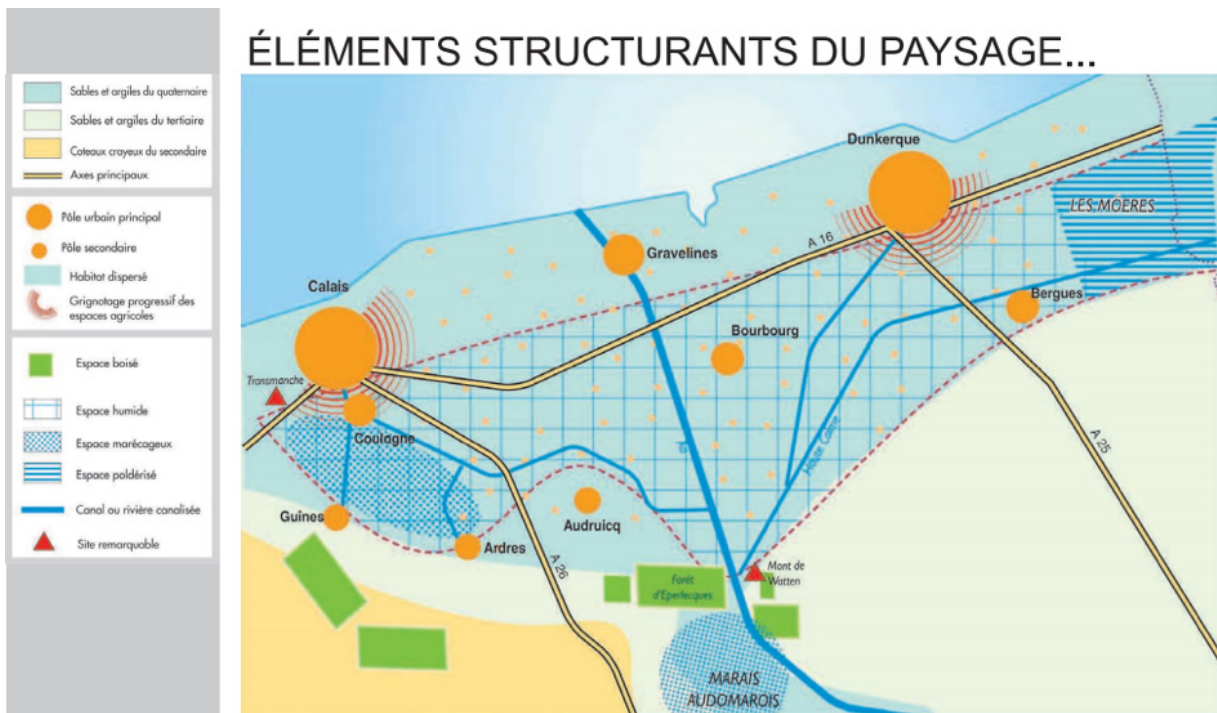
### Les paysages des dunes et de la mer du Nord



Source : Atlas des paysages du Nord-Pas-de-Calais, Nord.gouv.fr, 2005

Point de rencontre entre la plaine maritime et la mer du Nord, le cordon littoral le plus septentrional de France constitue l'ensemble paysager des dunes et de la mer du Nord. Il se limite à l'ouest géographiquement par la naissance de falaises et à l'est administrativement par la présence de la frontière belge.

## ÉLÉMENTS STRUCTURANTS DU PAYSAGE...

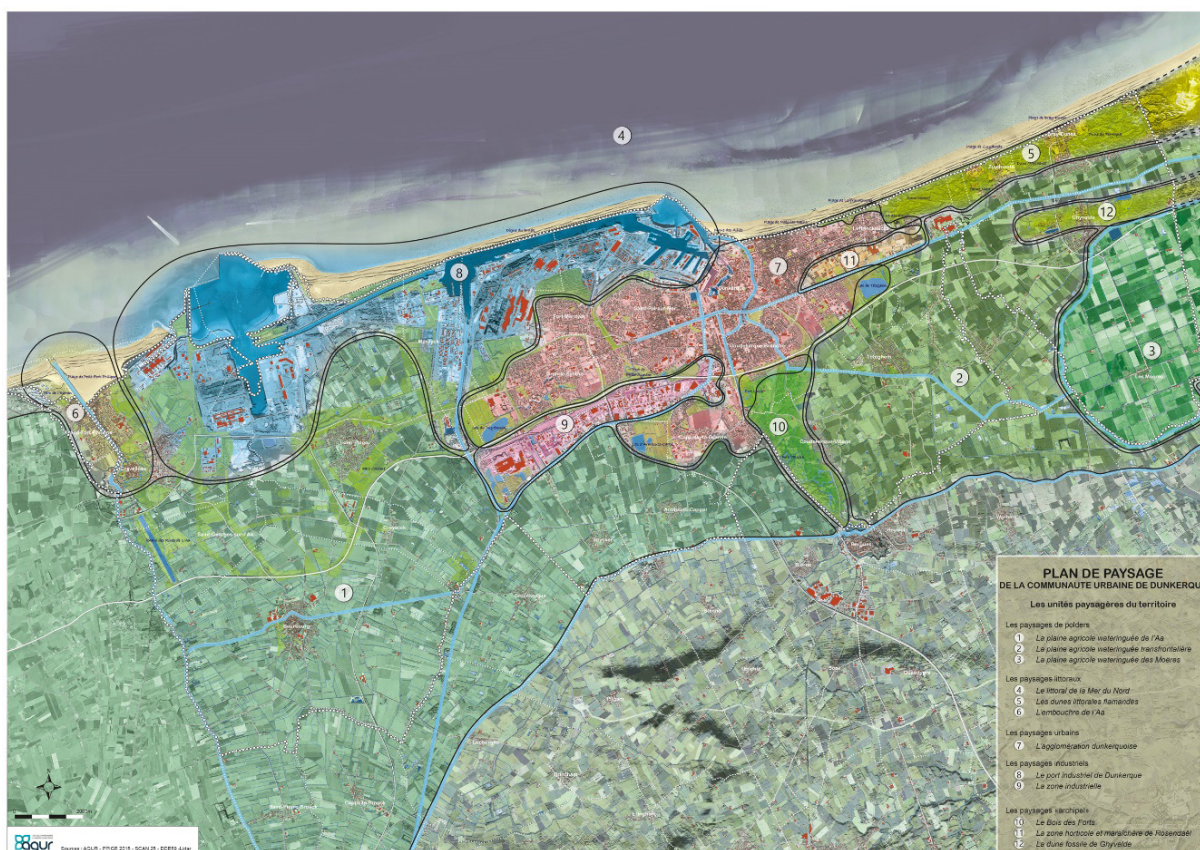


Source : Atlas des paysages du Nord-Pas-de-Calais, Nord.gouv.fr, 2005

Le cordon littoral se caractérise par ses deux facettes antagonistes : la zone d'activités portuaire et les plages.

Il s'organise selon trois grandes parallèles allant de la ligne côtière à l'A16 :

- la frange littorale ;
- la RD 601(ancienne RN 1) ;
- l'autoroute A16. Cette voie de transit international est le lien privilégié entre Boulogne, Calais et Dunkerque.



Source : PLUi HD – Unités Paysagères de la CUD – AGUR - 2015

Un certain nombre d'études et de démarches engagées ces dernières années témoignent d'un intérêt croissant porté à la question paysagère sur le territoire et d'une réelle prise de conscience du rôle des paysages dans la qualité du cadre de vie et l'attractivité du territoire.

A travers son PADD, le PLUiHD de la CUD fait de la préservation et de la mise en valeur des paysages l'une des priorités pour l'agglomération : offrir une qualité de vie saine et agréable, renforcer la présence de la nature en ville, préserver et valoriser le patrimoine et les paysages de Flandre maritime sont parmi les grands objectifs affichés au travers, notamment, de ses Orientations d'Aménagement et de Programmation « Paysages et Biodiversité », « Patrimoine » et de l' « Inventaire du Patrimoine Architectural ».

La démarche de « Plan de Paysage » initiée en 2017 consiste à co-construire, avec les élus, techniciens, habitants et professionnels, un programme d'actions concrets pour préserver et promouvoir la qualité des paysages ruraux, péri-urbains et urbains.

De plus, la démarche d'Opération Grand Site portée par la Communauté urbaine de Dunkerque vise des objectifs de qualité d'accueil et d'organisation de la découverte en s'appuyant sur la richesse paysagère, écologique et patrimoniale de ce site recevant chaque année plus de 2 millions de visiteurs, qui s'étend de la jetée de Malo-les-Bains à la frontière franco-belge, en enveloppant les espaces dunaires, les bancs de sable, et une partie des polders.

Enfin le lancement en 2021 des Etats Généraux de l'Environnement, démarche globale et participative baptisée « changer la ville ensemble » a pour ambition de faire émerger des idées permettant de lutter efficacement et collectivement contre le dérèglement climatique en axant le débat sur quatre grands défis (le climat, la qualité de l'air, de l'eau et du sol, la biodiversité, la disponibilité des ressources essentielles).

## 2.1.2 | Le patrimoine naturel

Le territoire de la communauté urbaine de Dunkerque offre une richesse d'habitats naturels en raison des particularités, géographiques, hydrologiques et géomorphologiques : les plages et vasières, les dunes, les cours d'eau, les lacs, les zones humides, les milieux boisés, etc.

Certains de ces lieux sont aujourd'hui protégés juridiquement, en raison de leur haute valeur écologique et/ou paysagère.

**Au regard de la réglementation de la publicité extérieure, le Code de l'environnement définit plusieurs zones de restriction en lien avec la protection de l'environnement :**

- les sites inscrits/classés ;
- les zones Natura 2000 ;
- les réserves naturelles ;
- les espaces boisés classés (EBC) ;
- les zones naturelles recensées au PLU situées en agglomération.

### Les sites classés et inscrits

Les Dunes de Flandre Maritime (sur les communes de Leffrinckoucke, Bray-Dunes et Ghyvelde) sont classées au titre de la loi du 2 mai 1930 sur une superficie totale de 946 hectares (622 hectares de site terrestre et 284 hectares de domaine public maritime).



**Paysage des dunes de Flandre Maritime (Source : conservatoire-du-littoral.fr)**

Le Fort des Dunes à Leffrinckoucke ainsi qu'une partie des agglomérations de Zuydcoote et Bray-Dunes sont inscrits au titre de la loi du 2 mai 1930. Ces sites inscrits s'étendent sur 90 hectares environ et viennent compléter les parties en site classé des Dunes de Flandre Maritime.



**Fort des Dunes à Leffrinckoucke (Source : fort-des-dunes.fr)**

Les abords des fortifications au nord, à l'est et au sud de la ville de Bergues, site de 35 hectares environ, situé pour partie sur la commune de Coudekerque, sont également un site inscrit.

Le site du moulin à vent des Huttes de Gravelines est classé et le moulin est inscrit.

Le Fort Vallières à Coudekerque est également un site inscrit.



**Fort Vallières à Coudekerque (Source : ville-tcv.fr)**



## Les zones Natura 2000

L'arrêté ministériel du 13 avril 2007 désigne sous l'appellation « Site Natura 2000 des Dunes de la Plaine Maritime Flamande » une zone spéciale de conservation (FR3100474) l'espace s'étendant sur une partie du territoire des communes de Bray-Dunes, Dunkerque, Ghyvelde, Leffrinckoucke et Zuydcoote.

Le site des Dunes flamandaises décalcifiées de Ghyvelde (FR3100475) correspond aux derniers vestiges naturels des anciens cordons littoraux fossiles de la plaine maritime flamande.



**Site des Dunes flamandaises décalcifiées de Ghyvelde (FR3100475)**  
(Source : [hauts-de-France.developpement-durable.gouv.fr](https://hauts-de-France.developpement-durable.gouv.fr))

## Les réserves naturelles

**Deux réserves naturelles sont recensées sur le territoire de la CUD :**

- le Platier d'Oye située sur la commune de Grand-Fort-Philippe ;
- la Dune Marchand sur la commune de Bray-Dunes
- Les sites du Grand-Prédembourg, du Petit-Prédembourg et du Puythouck" sur la commune de Grande-Synthe

## Les EBC et les zones naturelles

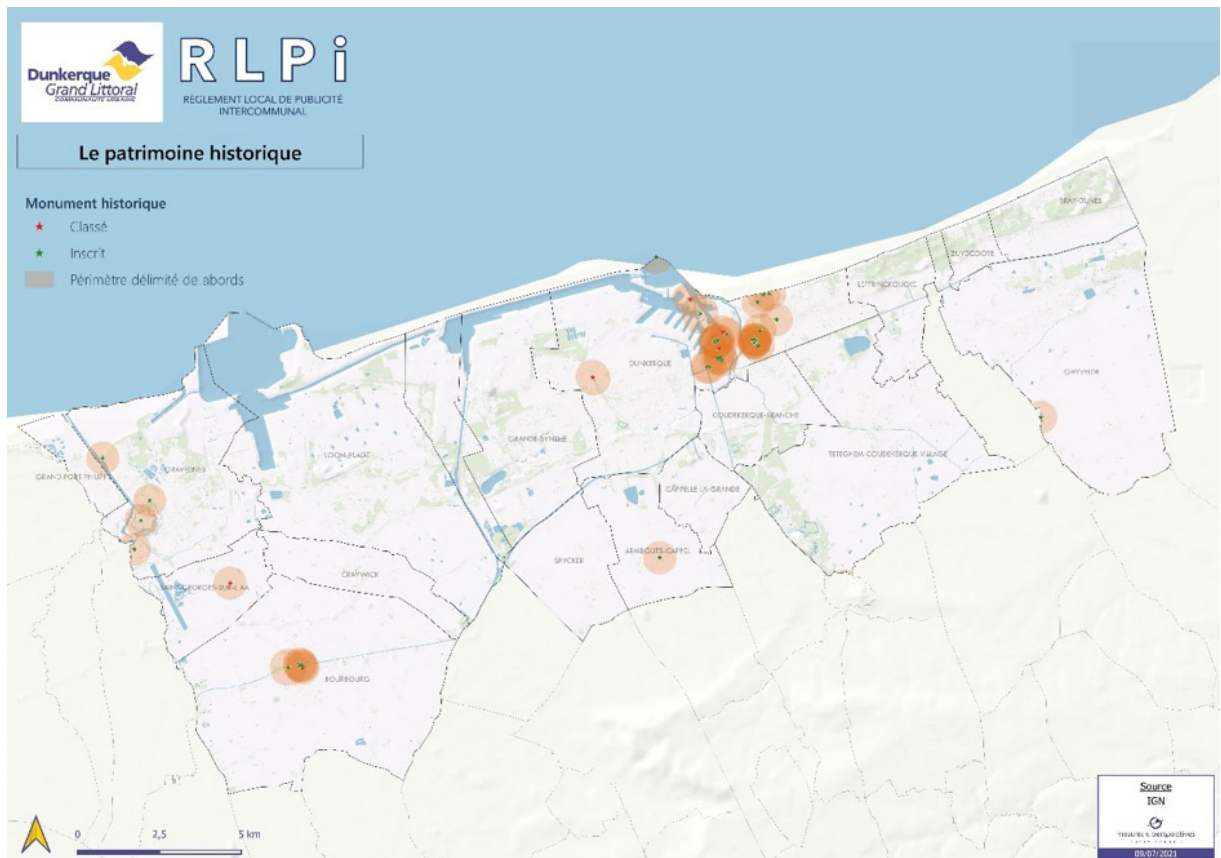
Les zones naturelles du PLU sont recensées sur toutes les communes et principalement réparties le long de la côte (hors zone portuaire) et dans les zones rurales au sud de l'autoroute A16.

Les espaces boisés classés sont peu représentés sur la CUD et ne concernent que les communes de Loon-Plage, Grande-Synthe, Coudekerque-Branche, Zuydcoote et Tétéghem-Coudekerque-Village.



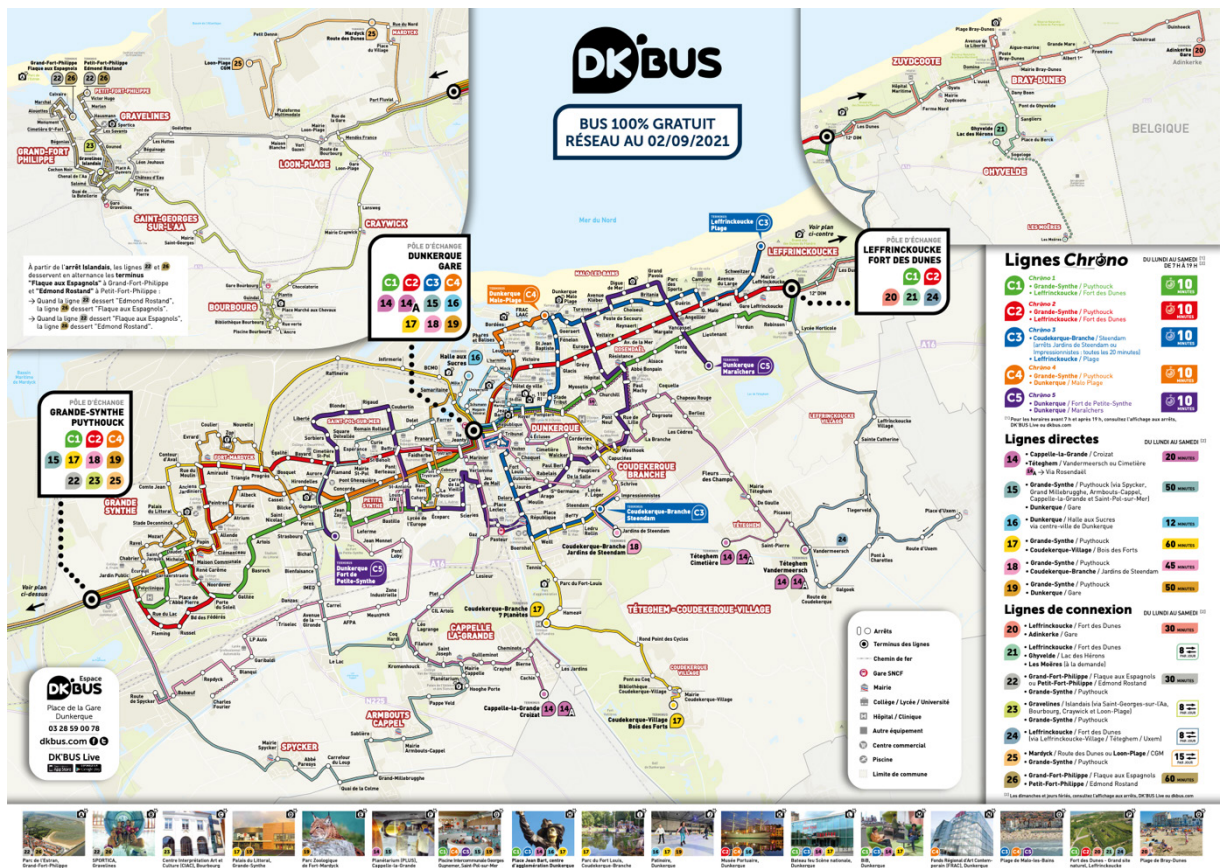
Nom	Catégorie	Date	Protection	Commune
Château	architecture domestique	inscription le 15/06/2004	Partiellement inscrit	Bourbourg
Hospice Saint-Jean (ancien)	architecture hospitalière	inscription le 04/03/1983	Inscrit	Bourbourg
Eglise Saint-Georges	architecture religieuse	classement le 25/04/1975	Classé	Saint-Georges-sur-l'Aa
Eglise Saint-Jean Baptiste	architecture religieuse	classement le 16/03/1920	Classé	Bourbourg
Prison (ancienne)	architecture judiciaire	inscription le 22/11/1972	Inscrit	Bourbourg
"Immeuble abritant le marché au poisson et les sapeurs pompiers"	architecture domestique	inscription le 04/03/1983	Inscrit	Bourbourg
Phare de Petit-Fort-Philippe		inscription le 30/12/2010	Inscrit	Gravelines
Gare	architecture industrielle	inscription le 14/02/1995	Inscrit	Gravelines
"Vestiges et bâtis civils et fortifiés Beffroi municipal"		inscription le 19/02/1948	Inscrit	Gravelines
Moulin à vent dit moulin des Huttes	architecture industrielle	inscription le 13/05/1986	Inscrit	Gravelines
Ecluse de Mardyck (ruines de la vieille)	architecture industrielle	classement le 18/06/1930	Classé	Dunkerque
Villa Moscovite ou Castel Joly	architecture domestique	inscription le 06/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 20/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Villa Myosotis	architecture domestique	inscription le 29/07/1985	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 20/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 20/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 20/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 20/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Monument de la fondation	architecture funéraire	inscription le 08/08/1996	Inscrit	Dunkerque
Ancien dancing Excentric Moulins	architecture domestique	inscription le 20/12/1988	Inscrit	Dunkerque
"Etablissement de Bains de style mauresque"	architecture de culture	inscription le 20/10/1982	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 13/10/1987	Inscrit	Dunkerque
Maison particulière	architecture domestique	inscription le 04/02/1998	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 06/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Monument aux fusiliers marins	architecture funéraire	inscription le 05/04/2019	Inscrit	Dunkerque
"Formes de Radoub n°3 et n°5 et Usine de pompage"	architecture industrielle	inscription le 31/12/1999	Inscrit	Dunkerque
Eglise Saint-Eloi	architecture religieuse	classement le 30/10/1916	Classé	Dunkerque

Hôtel de ville	architecture de l'administration	inscription le 04/03/2002	Inscrit	Dunkerque
Phare du Risban		classement le 19/04/2011	Classé	Dunkerque
Eglise	architecture religieuse	inscription le 26/02/2001	Inscrit	Armbouts-Cappel
Villa les Sourires	architecture domestique	inscription le 20/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Hôtel de l'Armateur	architecture domestique	inscription le 21/12/1984	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 06/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Villa Quo Vadis	architecture domestique	inscription le 06/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Tour du Leughenaer	architecture militaire	classement le 10/01/1995	Classé	Dunkerque
Feu Saint-Pol	génie civil	inscription le 31/12/1999	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 06/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Porte Jean Bart	architecture militaire	inscription le 06/01/1989	Inscrit	Dunkerque
Maison	architecture domestique	inscription le 06/12/1988	Inscrit	Dunkerque
Moulin du Rhin (restes)	architecture industrielle	inscription le 24/10/1977	Inscrit	Ghyvelde



### Cartographie du patrimoine historique de la CUD



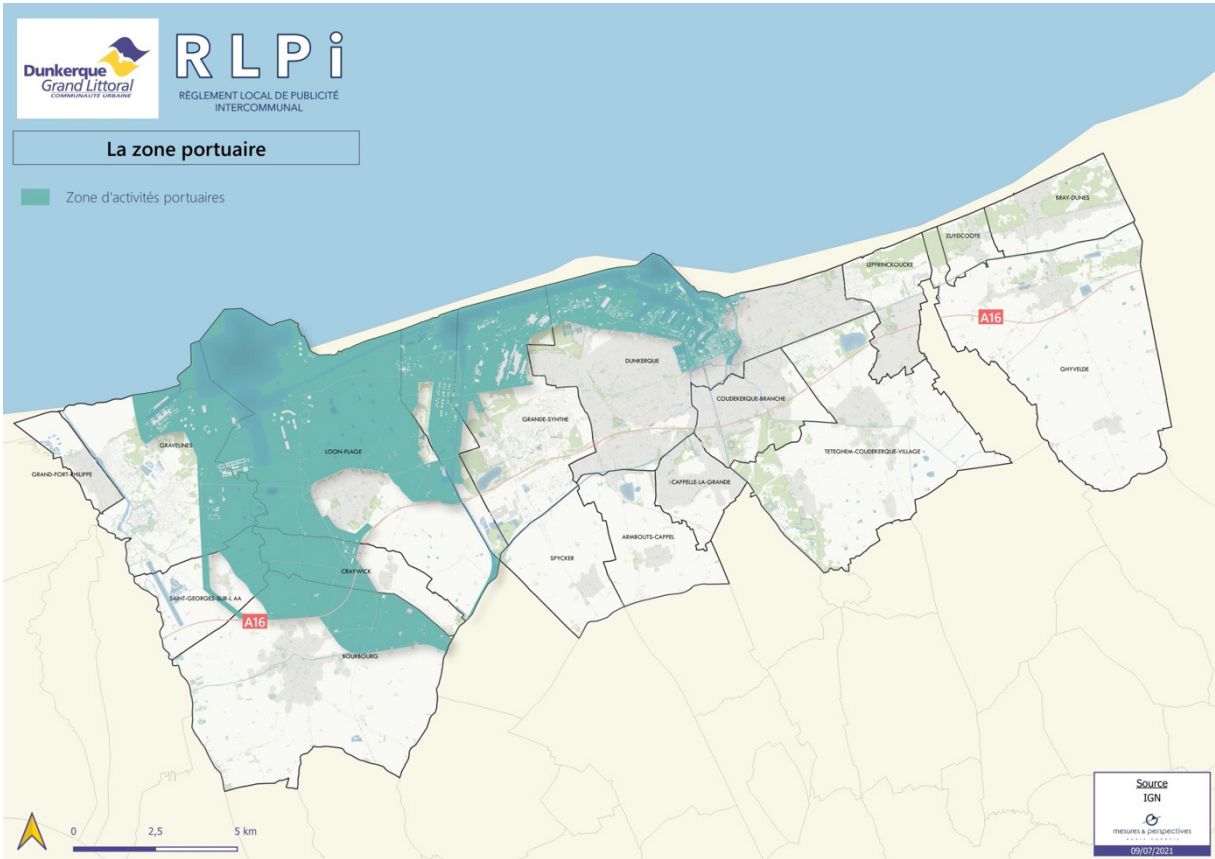


Cartographie du réseau de bus 100% gratuit de la CUD

## 2.1.5 | Les zones d'activités économiques et commerciales

La particularité de l'agglomération de Dunkerque réside dans sa zone portuaire, qui occupe une emprise considérable sur le territoire et constitue par ailleurs le principal moteur économique de la région. 3ème port français après les ports de Marseille et du Havre, le port de Dunkerque s'étend sur 17 km en front de mer. Il s'organise autour de deux sites :

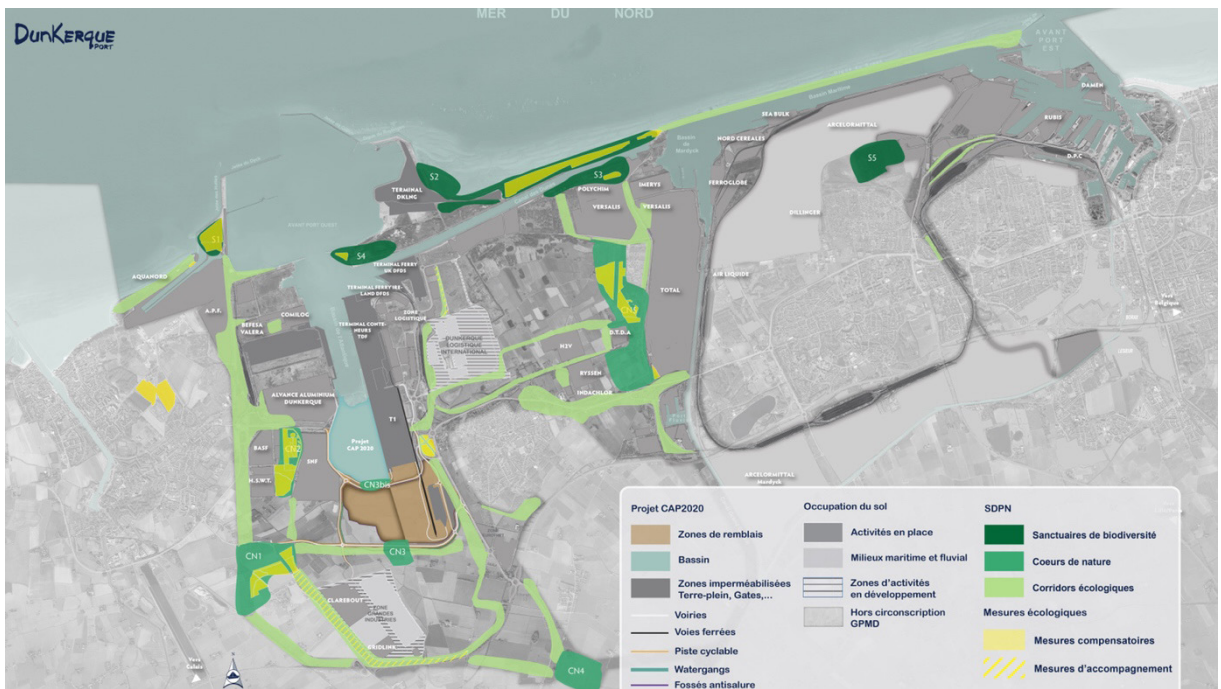
- le port Est : port à flot qui résulte de travaux entrepris depuis la fin du XIXème siècle. Il peut accueillir des navires de 130 000 tonnes ;
- le port Ouest : réalisé dans les années 70, il peut accueillir les navires de 300 000 tonnes.



**Cartographie de la zone portuaire**



**Plan du port de Dunkerque (Source : [www.dunkerque-port.fr](http://www.dunkerque-port.fr))**



**Schéma Directeur du Patrimoine Naturel (SDPN)**

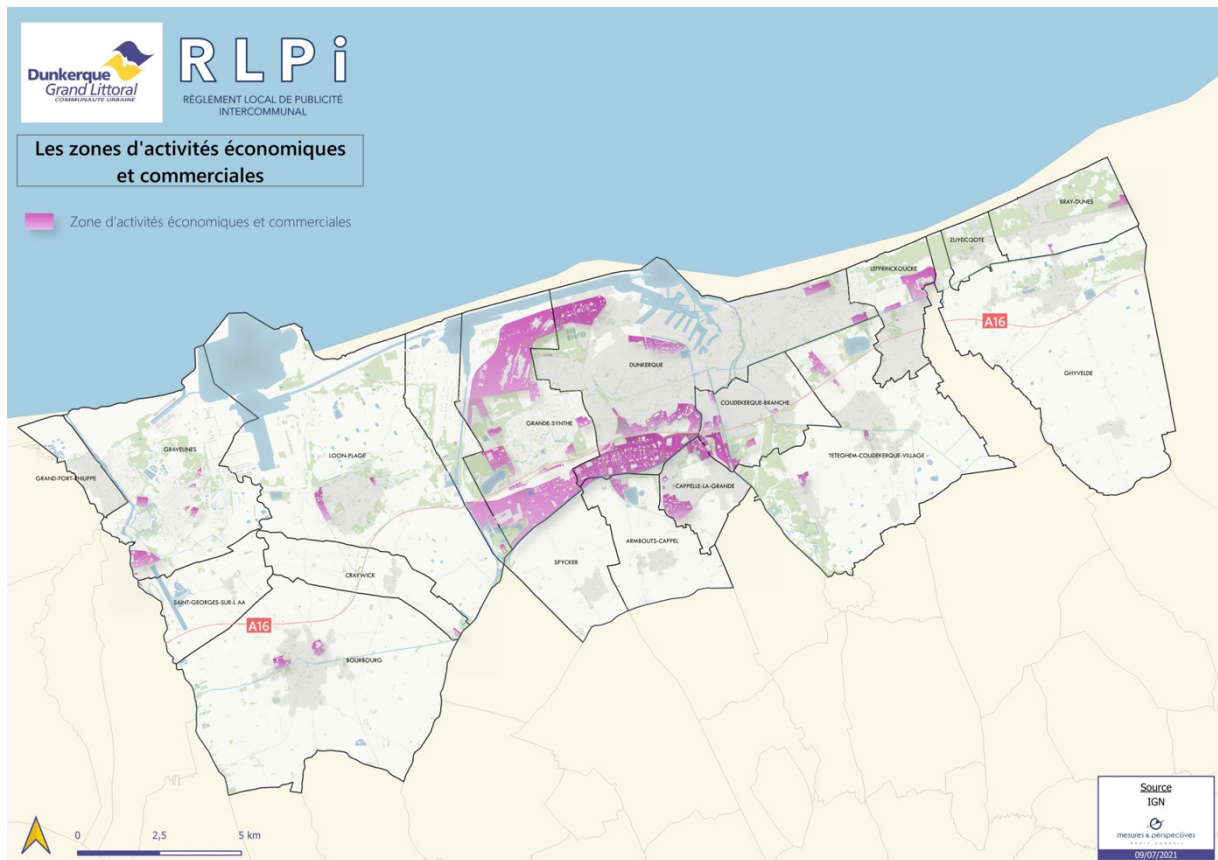
Quelques photos du port de Dunkerque :





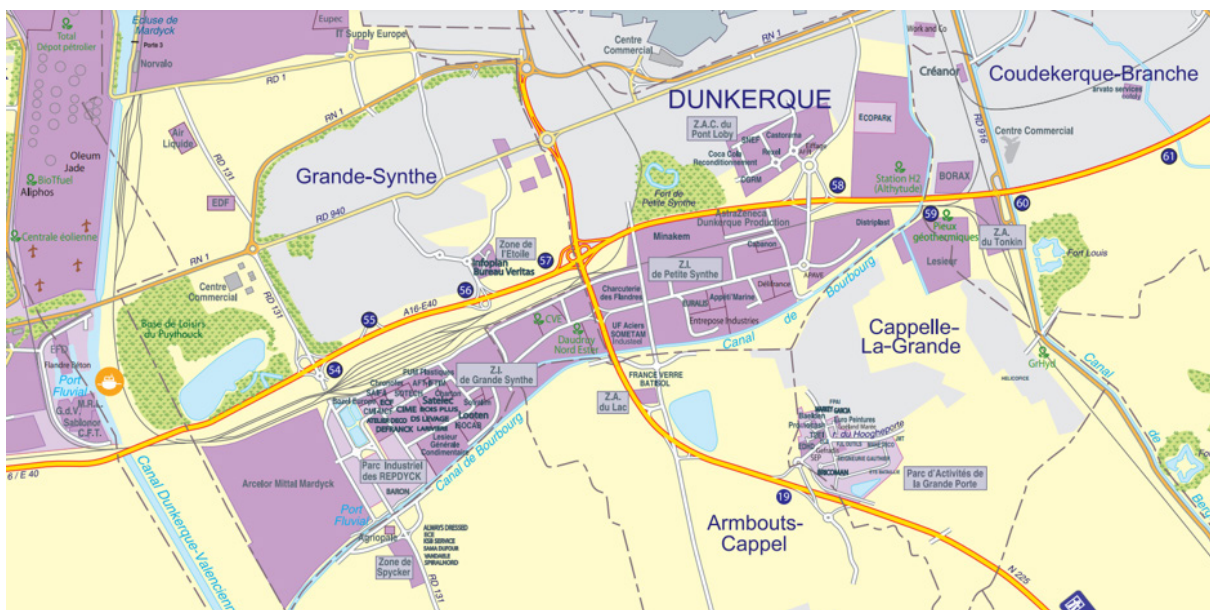


Les autres zones d'activités sont principalement concentrées autour de l'autoroute A16.



**Cartographie des zones d'activité économique et commerciale**

Dominé par la sidérurgie et la chimie, le secteur industriel emploie plus de 57% des salariés de la zone d'emploi de l'agglomération Dunkerquoise. Un grand complexe de plusieurs zones industrielles se trouve au sud-ouest de Dunkerque et au sud de Grande-Synthe.



**Extrait du plan des zones d'activités de Dunkerque agglomération**  
(Source : dunkerqueagglomeration.org)

Les zones commerciales sont principalement situées en périphérie de Dunkerque et de Grande-Synthe, Cappel-La-Grande ou de Coudekerque-Branche.

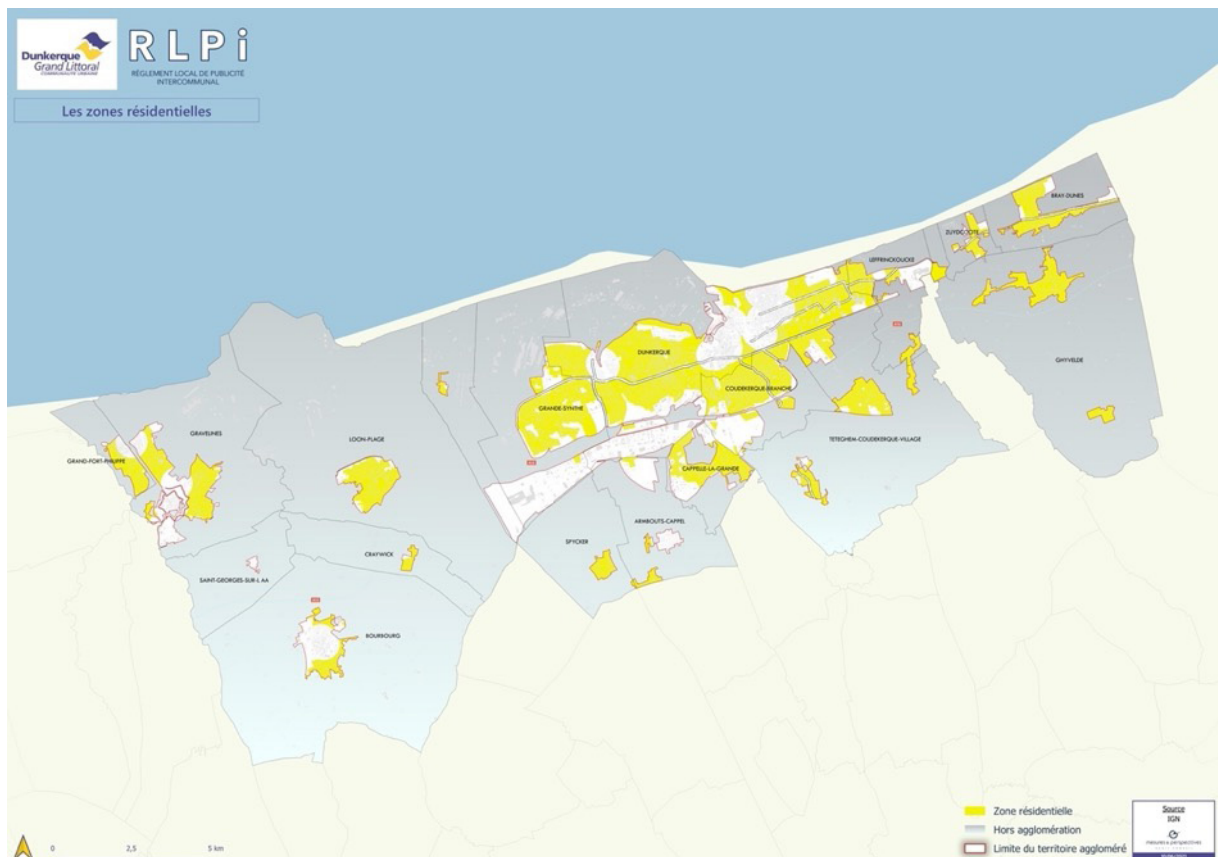
Quelques photos de zones commerciales :





## 2.1.6 | Les quartiers résidentiels

Les quartiers résidentiels des communes de la communauté urbaine urbaine sont les lieux caractérisés par de l'habitat pavillonnaire ou collectif.

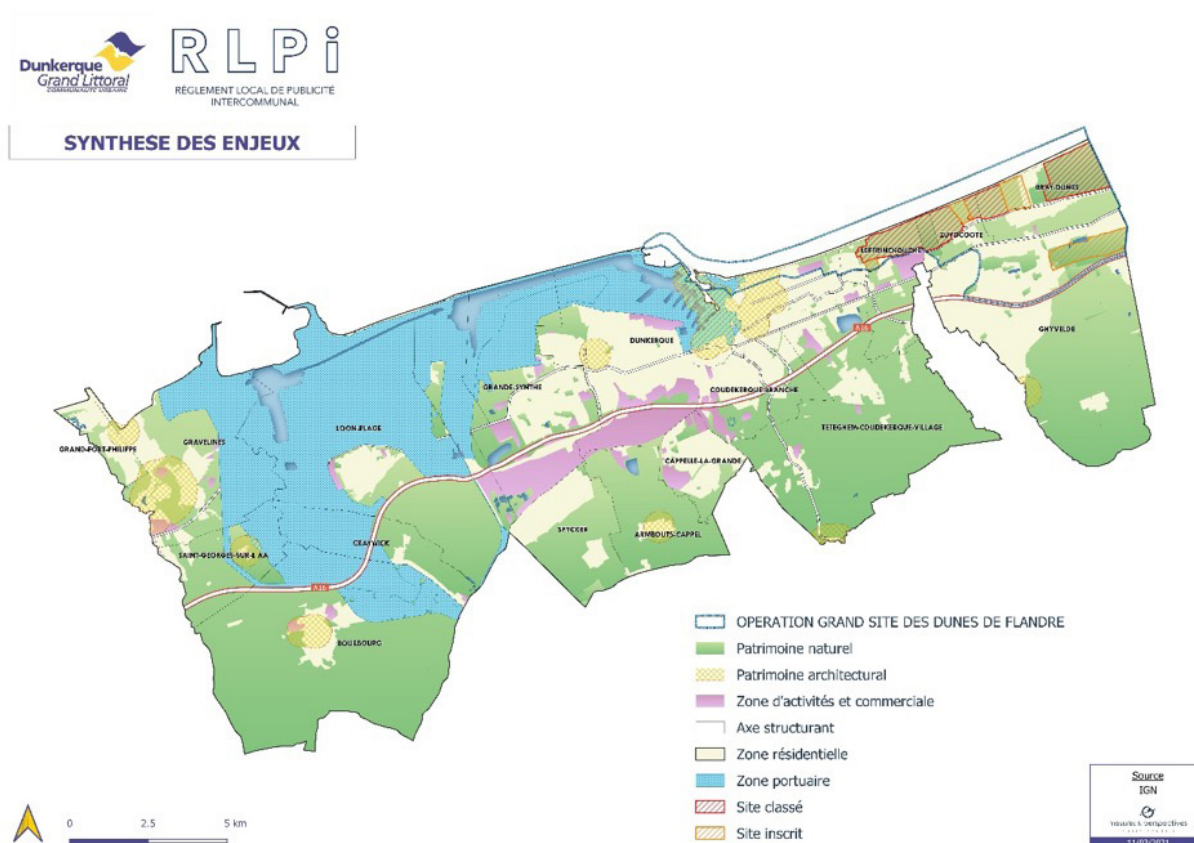


## 2.2 | SYNTHÈSE DES SECTEURS À ENJEUX POUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Les points étudiés précédemment permettent de définir clairement les secteurs à enjeux du territoire de la CUD :

- les paysages ;
- le patrimoine naturel ;
- le patrimoine architectural ;
- les grands axes ;
- les zones d'activités économiques et commerciales ;
- les quartiers résidentiels.

Ces secteurs sont matérialisés sur la carte ci-dessous :



**Cartographie de la synthèse des enjeux de la CUD**

# LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES



Diverses règles liées à des spécificités de structure urbaine sont à prendre en compte.

## 3.1 | LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE

Agglomération, population et unité urbaine sont trois notions fondamentales pour comprendre, appliquer et adapter localement le Code de l'environnement en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne.

La publicité est interdite hors agglomération. Il importe donc de connaître précisément les lieux situés en agglomération ou hors agglomération.

Le Code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.

Toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'applique, à l'exception de certaines règles.

### 3.1.1 | La population de référence

C'est l'INSEE qui définit la population de référence (population totale). Pour les communes comportant des parties agglomérées séparées, c'est la population de chaque partie agglomérée qui fait référence. Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent en grande partie du nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont installées.

### 3.1.2 | Définition de l'agglomération

L'agglomération selon l'alinéa 1 de l'article R.110-2 du Code de la route est « *un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ». Ce même code prévoit que les limites des agglomérations soient fixées par arrêté du maire.

### 3.1.3 | Définition de la communauté urbaine (INSEE)

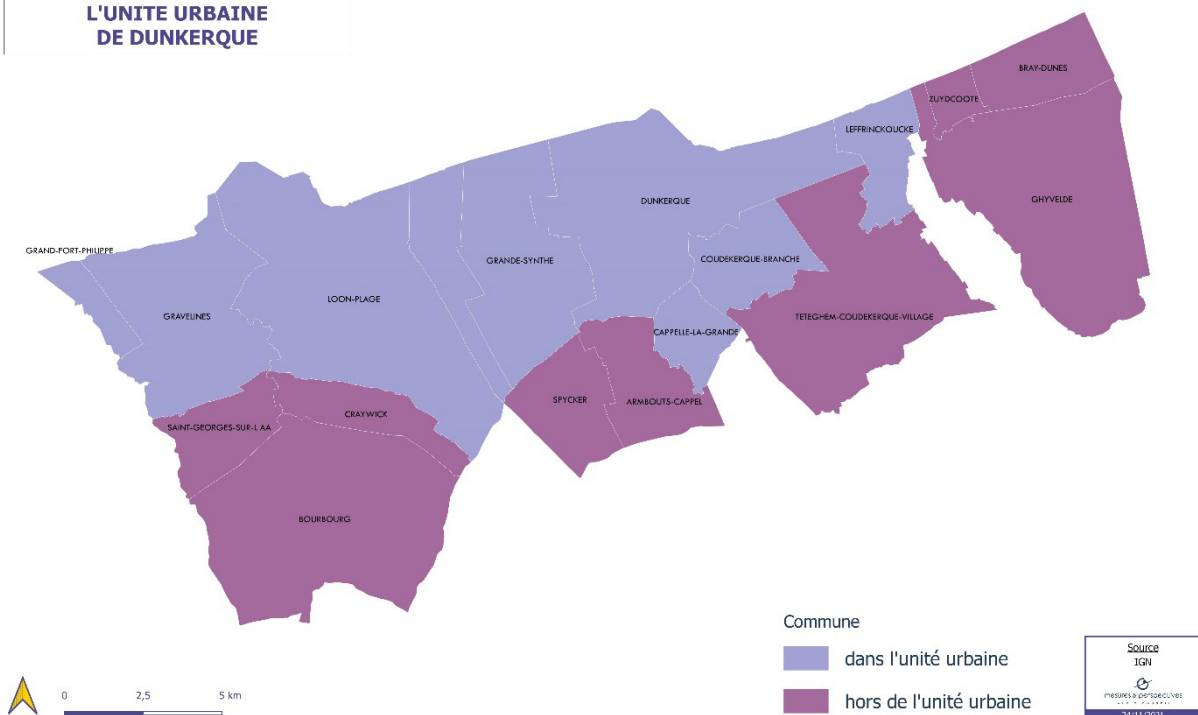
La communauté urbaine est un Établissement public de coopération intercommunale (EPCI) regroupant plusieurs communes qui s'associent au sein d'un espace de solidarité, pour élaborer et conduire ensemble un projet commun de développement urbain et d'aménagement de leur territoire.

### 3.1.4 | Définition de l'unité urbaine (INSEE)

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants et ne tient pas compte du périmètre des EPCI. L'INSEE appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de zone non bâtie de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Commune	Population	Unité urbaine d'appartenance
Armbouts-Cappel	2 329	Hors unité urbaine
Bourbourg	7 151	Hors unité urbaine
Bray-Dunes	4 527	Hors unité urbaine
Cappelle-la-Grande	7 973	Dunkerque
Coudekerque-Branche	21 428	Dunkerque
Craywick	700	Hors unité urbaine
Dunkerque	88 667	Dunkerque
Ghyvelde	4 254	Hors unité urbaine
Grand-Fort-Philippe	5 095	Dunkerque
Grande-Synthe.	23 157	Dunkerque
Gravelines	11 386	Dunkerque
Leffrinckoucke	4 358	Dunkerque
Loon-Plage	6 269	Dunkerque
Saint-Georges-sur-1'Aa	315	Hors unité urbaine
Spycker	1 834	Hors unité urbaine
Téteghem-Coudekerque-Village	8 592	Hors unité urbaine
Zuydcoote	1 736	Hors unité urbaine

**L'UNITÉ URBAINE DE DUNKERQUE**



**Cartographie des communes appartenant ou non à l'Unité urbaine**

## 3.2 | LA NOTION D'AGGLOMÉRATION

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, ainsi que le document graphique afférent sont annexés au RLPi.

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâtis rapprochés afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.



### Panneaux d'entrée (EB 10) et de sortie d'agglomération (EB 20)

Les panneaux et les bâtis ne sont pas toujours en parfaite correspondance.

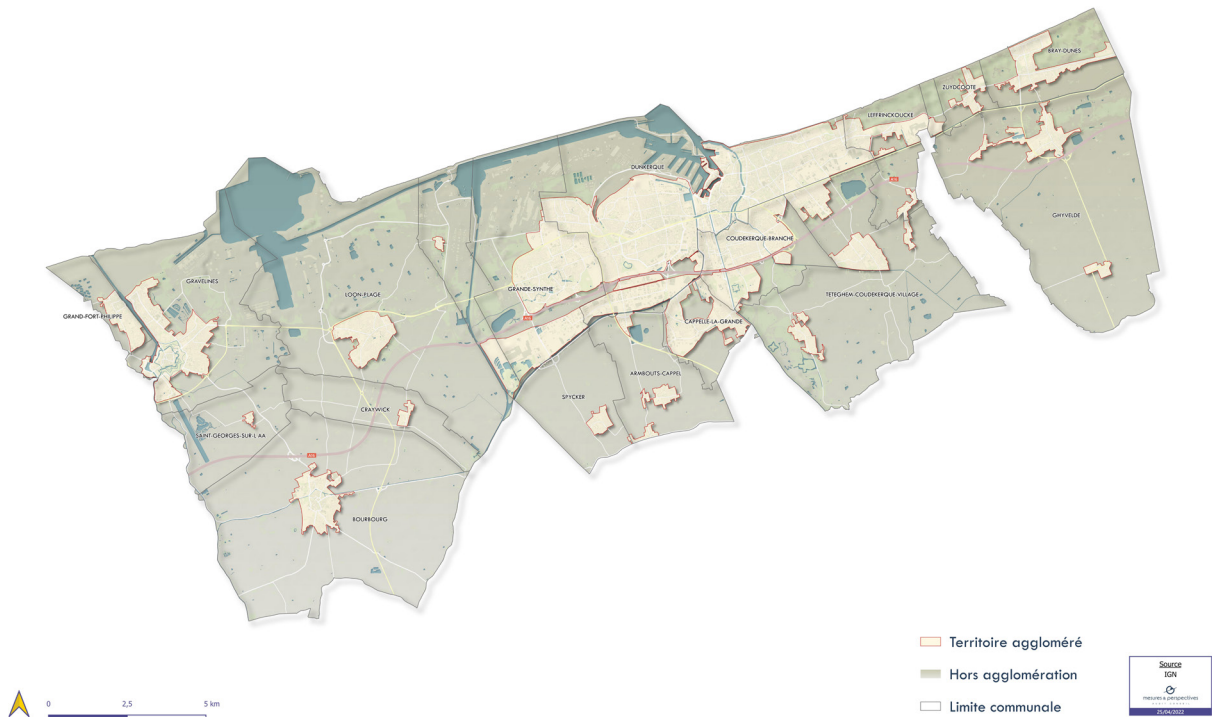
**Au sens du Code de la route, les espaces agglomérés imposent une limitation de vitesse des véhicules en concordance avec leur position. Pour la publicité au sens du code de l'environnement :**

- l'espace entre le panneau ville et la première maison dans l'illustration ci-dessous ne peut pas accueillir de publicité parce qu'il est considéré comme en dehors du milieu aggloméré ;
- l'espace de part et d'autre du panneau ville dans l'illustration ci-dessous peut accueillir des dispositifs publicitaires, l'ensemble étant considéré comme un milieu aggloméré, même si les règles en matière de circulation routière sont différentes.

## PRÉÉMINENCE DE LA RÉALITÉ PHYSIQUE SUR L'ASPECT FORMEL



La cartographie ci-dessous reprend la totalité des territoires agglomérés de la CUD :



### Cartographie des territoires agglomérés de la CUD



## 3.3 | LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES À LA PUBLICITÉ

Comme indiqué plus haut, les communes de la Communauté Urbaine de Dunkerque présentent une particularité : elles sont soumises à des règles distinctes en matière de publicité extérieure, selon que leur agglomération compte plus ou moins 10 000 habitants ou selon leur appartenance ou non à l'unité urbaine de Dunkerque (166 021 habitants).

**Au vu des chiffres de population, cela conduit à évoquer le régime juridique de la publicité et des enseignes :**

- des communes de plus de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine de Dunkerque
- des communes de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine de Dunkerque
- des communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Dunkerque.

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, à la publicité numérique, à la publicité sur toiture, et à la publicité sur bâche. A également été instituée une règle nationale de densité et, pour la publicité lumineuse, une obligation d'extinction nocturne.

### 3.3.1 | La surface de la publicité

**L'instruction du ministère de la transition écologique et solidaire en date du 18 octobre 2019 fixe les modalités de calcul des surfaces des publicités :**

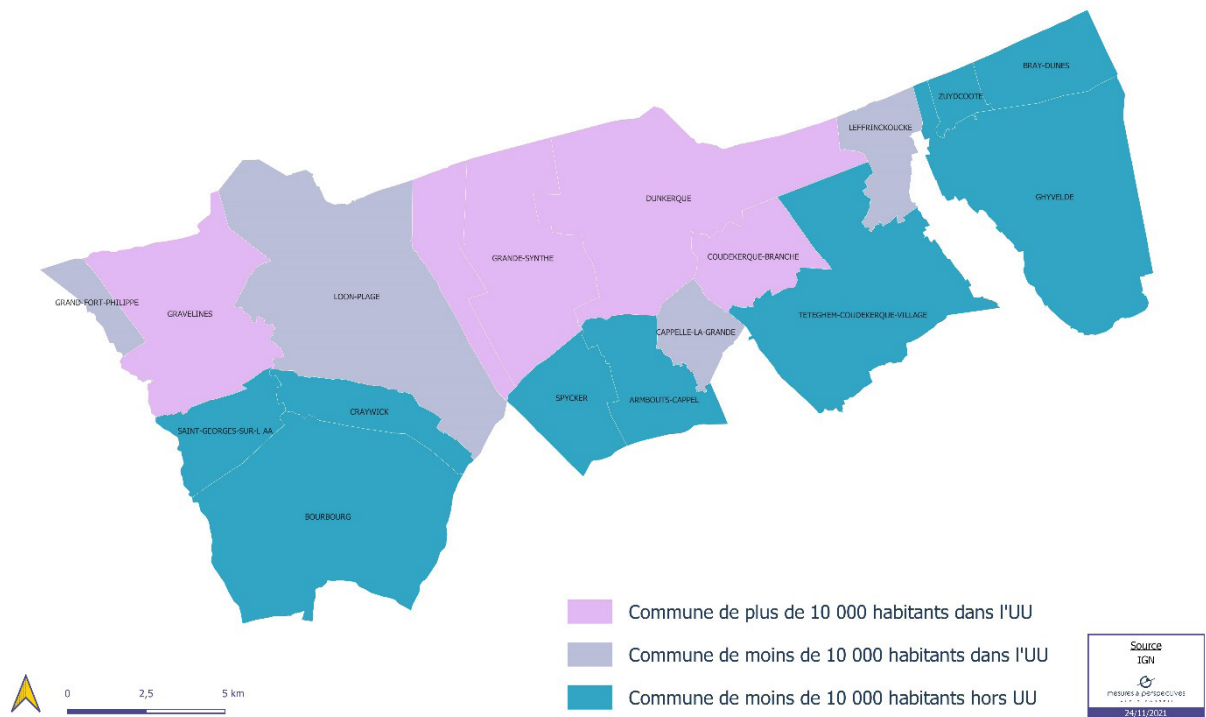
- pour le mobilier urbain, la surface est la surface de l'affiche ;
- pour toutes les autres publicités, la surface est la surface de l'affiche et de l'encadrement ;
- lorsqu'il s'agit d'un dispositif scellé au sol, le pied n'est pas pris en compte dans le calcul.

### 3.3.2 | Les principales règles applicables à la publicité murale

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité murale ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol (Art. R581-26 du Code de l'environnement).

Agglomération de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants ou de - de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque
Surface maximale 4 m2	Surface maximale 12 m2
Hauteur maximale 6 m	Hauteur maximale 7,5 m
Armbouts-Cappel	Cappelle-la-Grande
Bourbourg	Coudekerque-Branche
Bray-Dunes	Dunkerque
Craywick	Grand-Fort-Philippe
Ghyvelde	Grande-Synthe.
Saint-Georges-sur-1'Aa	Gravelines
Spycker	Leffrinckoucke
Zuydcoote	Loon-Plage
Téteghem-Coudekerque-Village	



**Cartographie des communes selon leur population et leur appartenance ou non à l'unité urbaine**

### 3.3.3 | Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol

La publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R581-31 du Code de l'environnement).

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup> (Art. R581-32 du Code de l'environnement).

Agglomération de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants ou de - de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque
Interdit	Surface maximale 12 m <sup>2</sup> Hauteur maximale 7,5 m
Armbouts-Cappel	Cappelle-la-Grande
Bourbourg	Coudekerque-Branche
Bray-Dunes	Dunkerque
Craywick	Grand-Fort-Philippe
Ghyvelde	Grande-Synthe.
Saint-Georges-sur-1'Aa	Gravelines
Spycker	Leffrinckoucke
Zuydcoote	Loon-Plage
Téteghem-Coudekerque-Village	

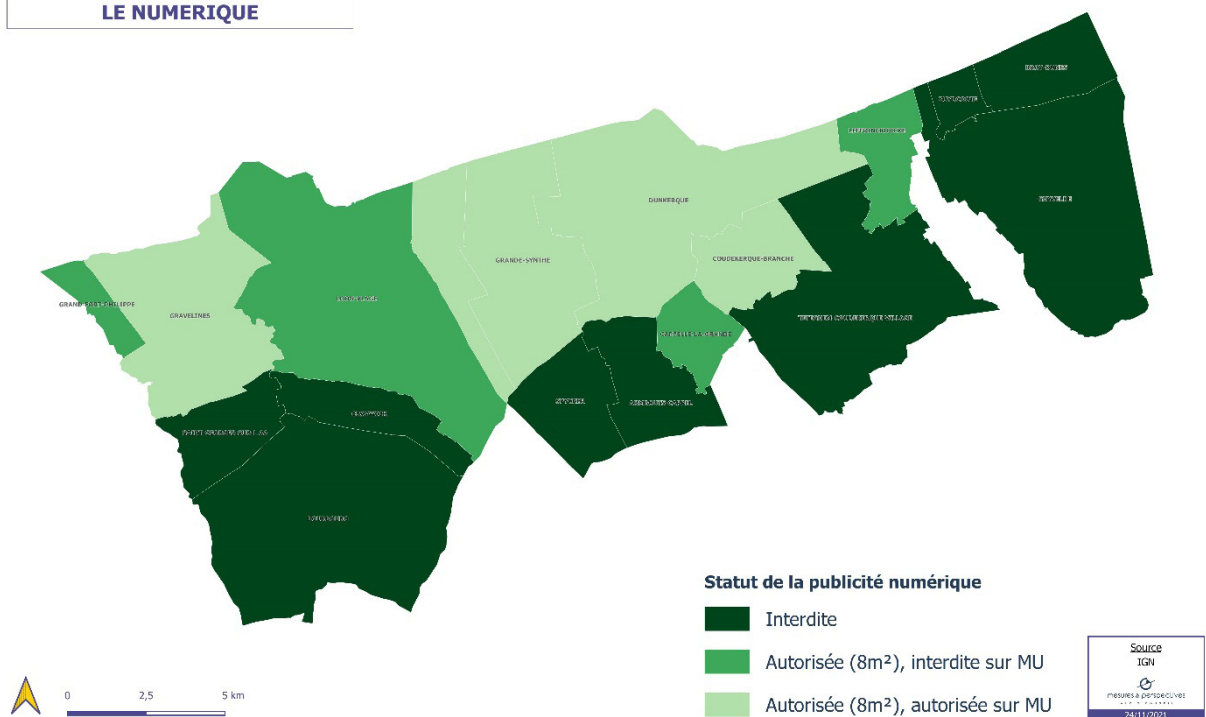
### 3.3.4 | Le régime applicable à la publicité numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Elle est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Elle est autorisée sur propriété privée, mais interdite sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, même faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R581-42 du Code de l'environnement). Sa surface unitaire ne peut dépasser 8 m<sup>2</sup> et elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (Art. R581-34 du Code de l'environnement). Elle est toujours soumise à autorisation.

Agglomération de - de 10 000 habitants	Agglomération de - de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque	Agglomération de + de 10 000 habitants ou de - de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque
Interdit	Surface maximale 8 m <sup>2</sup> sur propriété privée	Surface maximale 8 m <sup>2</sup>
	Interdite sur mobilier urbain	Hauteur maximale 6 m
Armbouts-Cappel	Cappelle-la-Grande	Coudekerque-Branche
Bourbourg	Grand-Fort-Philippe	Dunkerque
Bray-Dunes	Leffrinckouck	Grande-Synthe.
Craywick	Loon-Plage	Gravelines
Ghyvelde		
Saint-Georges-sur-1'Aa		
Spycker		
Zuydcoote		
Téteghem-Coudekerque-Village		


**RLPi**  
 RÉGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ  
 INTERCOMMUNAL

**LE NUMÉRIQUE**



**Carte de la publicité numérique selon le statut des communes**

### 3.3.5 | Le régime applicable au mobilier urbain

Le mobilier urbain fait l'objet d'articles spécifiques définissant les mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité. Les surfaces publicitaires propres à chaque type de dispositif (colonne culturelle, abri-voyageur...) sont spécifiées.

**Pour les dispositifs de communication supportant à titre accessoire de la publicité, les surfaces sont :**

Agglomération de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants ou de - de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque
Surface maximale 2 m <sup>2</sup>	Surface maximale 12 m <sup>2</sup>
Hauteur maximale 3 m	Hauteur maximale 6 m
Armbouts-Cappel	Cappelle-la-Grande
Bourbourg	Coudekerque-Branche
Bray-Dunes	Dunkerque
Craywick	Grand-Fort-Philippe
Ghyvelde	Grande-Synthe.
Saint-Georges-sur-1'Aa	Gravelines
Spycker	Leffrinckoucke
Zuydcoote	Loon-Plage
Téteghem-Coudekerque-Village	

### 3.3.6 | La publicité sur véhicules terrestres

La publicité sur les véhicules terrestres est réglementée par le Code de l'environnement. Il est à souligner que tous les véhicules terrestres sont concernés dès lors que leur utilisation est essentiellement publicitaire, quel que soit le nombre de roues, que le véhicule soit motorisé ou non, etc.

### 3.3.7 | La publicité sur bâches

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

- les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

Agglomération de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants
Interdites	Bâche de chantier : surface < à 50% de la surface de la bâche
Armbouts-Cappel	Coudekerque-Branche
Bourbourg	Dunkerque
Bray-Dunes	Grande-Synthe.
Cappelle-la-Grande	Gravelines
Craywick	
Ghyvelde	
Grand-Fort-Philippe	
Leffrinckoucke	
Loon-Plage	
Saint-Georges-sur-1'Aa	
Spycker	
Téteghem-Coudekerque-Village	
Zuydcoote	

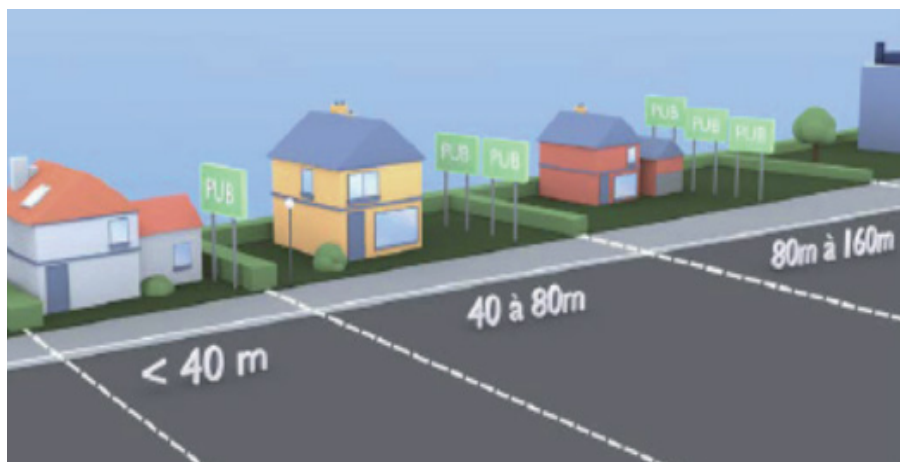
### 3.3.8 | La règle nationale de densité

Indistinctement applicable à la publicité murale ou scellée au sol, la règle nationale de densité limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un linéaire donné. Elle se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant une voie publique. Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 m, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il ne peut y avoir qu'une publicité murale voire deux si elles sont juxtaposées ou superposées.



- Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.

En l'absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de la façade est inférieure à 40 m et deux publicités si la longueur est comprise entre 40 m et 80 m. Au-delà de 80 m, il ne peut y avoir qu'un seul dispositif publicitaire (mural ou scellé au sol) par tranche de 80 m entamée.



**Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.**

### 3.3.9 | L'obligation d'extinction nocturne

La publicité lumineuse sous toutes ses formes, y compris la publicité éclairée par projection ou transparence, et à l'exception de celle sur mobilier urbain, est soumise à une obligation d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h du matin.

## 3.4 | LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES

Le RNP s'applique aux enseignes. Leur régime diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur, scellées au sol ou directement installées sur le sol, installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

### 3.4.1 | Les principales règles applicables à l'enseigne murale

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.

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

Les enseignes installées devant un balconnet, une baie ou sur un balcon ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie. Elles ne peuvent constituer une saillie de plus de 0,25 m par rapport au balcon.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sans excéder 2 mètres.

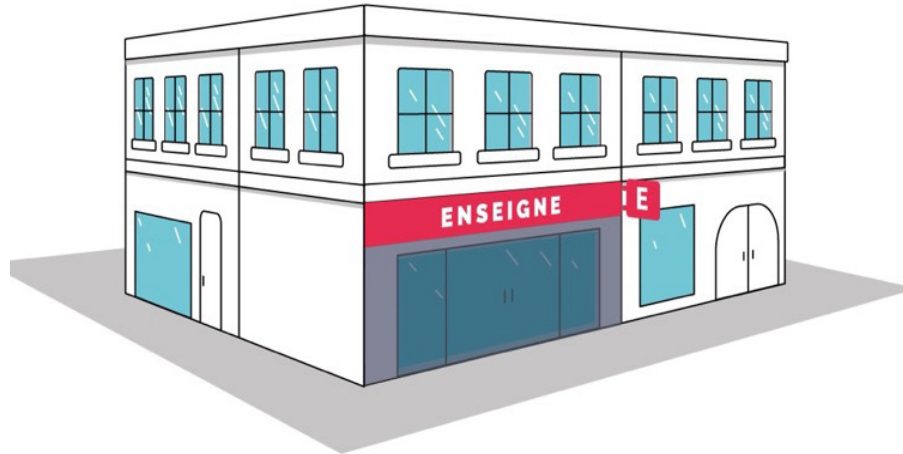
La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>, la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.



## % de la surface de façade commerciale

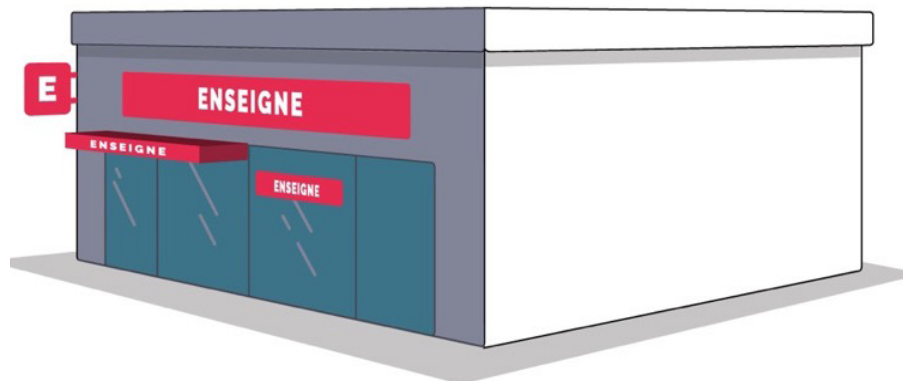
Façade commerciale  
< à 50 m<sup>2</sup>

Surface enseigne  
≤ à 25 %



Façade commerciale  
> à 50 m<sup>2</sup>

Surface enseigne  
≤ à 15 %



### 3.4.2 | Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Lorsque sa surface est supérieure à 1 m<sup>2</sup>, l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Lorsque sa surface est inférieure à 1 m<sup>2</sup>, il n'y a pas de prescriptions de densité.

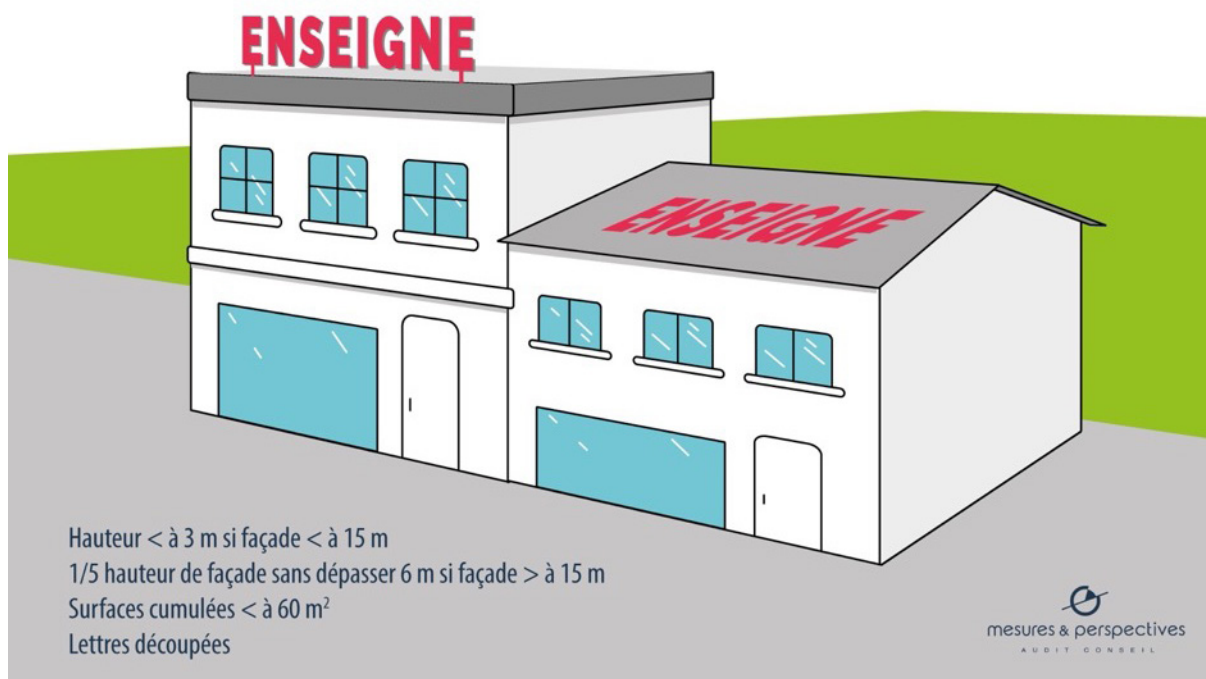
Agglomération de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants
Surface > 1 m <sup>2</sup> = 1 par voie bordant l'établissement	
Surface maximale 6 m <sup>2</sup>	Surface maximale 12 m <sup>2</sup> et 6 m <sup>2</sup> hors agglomération
8 m si largeur < 1 m	
6,5 m si largeur > 1 m	
Surface < 1 m <sup>2</sup> = pas de densité	

### 3.4.3 | Les principales règles applicables à l'enseigne sur toiture ou terrasse

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fonds autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

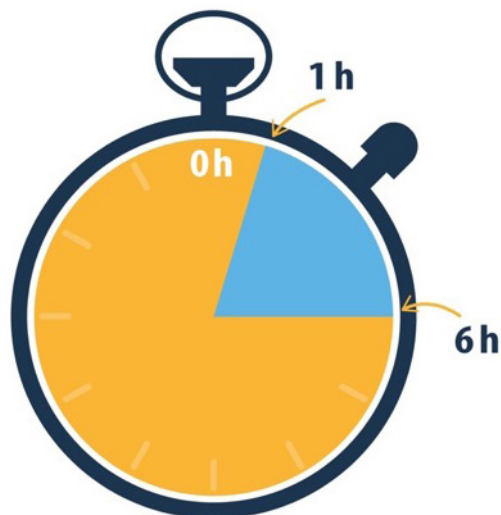
La hauteur est limitée à 3 mètres si la hauteur de façade qui la supporte est inférieure à 15 mètres. Cette hauteur est portée au 1/5 de la façade si cette dernière est supérieure à 15 mètres dans la limite de 6 mètres.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m<sup>2</sup>.



### 3.4.4 | Les principales règles d'extinction nocturne

Comme pour la publicité lumineuse, l'enseigne lumineuse, c'est-à-dire l'enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse est soumise à une obligation d'extinction nocturne. Elle est également fixée de 1 h à 6 h du matin lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.



## 3.5 | LE POUVOIR DE POLICE

Comme le prévoit l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement, le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un règlement local de publicité (Dunkerque). Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones au sein desquelles le RLP ne prévoit pas de règles spécifiques, ou si le RLP ne prévoit aucune règle spécifique pour l'ensemble de la commune.

Lorsque le RLPi sera adopté, chaque maire sera compétent sur l'ensemble du territoire de sa commune, qu'il soit couvert ou non par le zonage.

Cette règle évolue avec la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 qui exclut désormais le préfet.

**À compter du 1er janvier 2024, cette compétence sera automatiquement transférée au maire ou au président de l'EPCI, RLP(i) ou non selon la population :**

Commune de moins de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent (ou non) en matière de PLU ou de RLP	Le président de l'EPCI dans tous les cas
Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent en matière de PLU ou RLP	Le président de l'EPCI

Les maires ont la possibilité de conserver cette compétence sous réserve de se prononcer entre le 1er janvier et le 30 juin 2024.

Si un ou plusieurs maires s'y opposent, le président de l'EPCI peut renoncer à cette compétence sur tout le territoire.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF).

## 3.6 | LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP ACTUEL

La commune de Dunkerque est la seule commune dotée d'un règlement local de publicité.

Il a été pris par arrêté municipal du 7 avril 2010.

Ses principales règles sont résumées dans le tableau ci-dessous :

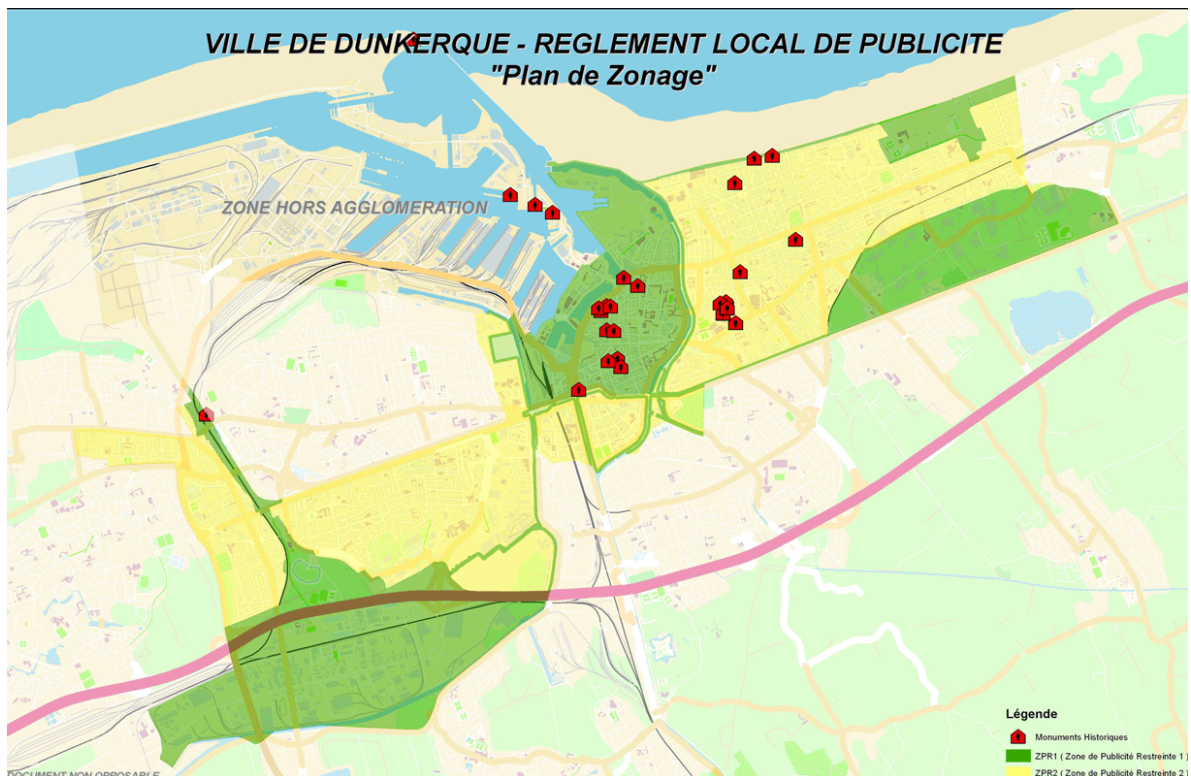
Publicité (soumise à déclaration sauf numérique soumise à autorisation)

Zone	ZPR1	ZPR2
dispositions communes	Matériel entretenus + Interdiction dispositifs de demeurer nus + de 24 h : papier avec fond neutre	
	Fin de bail démontage dans les 3 mois	
	Interdite aux abords des canaux et watergang	
	Chevalets / porte menus / présentoirs de dépliants interdits sauf dérogation	
murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m <sup>2</sup> )	INTERDIT	Dunkerque
		1 par pignon et UF, sur mur en parfait état
		≥ 0,50m arrête et pente de toiture
		saillie ≤ 0,25 m, surface < 50 % surface pignon
		si éclairé d ≥ 10 m baie immeuble voisin
		passerelle fixe et gouttière colle interdite
		saillie dispositif éclairage ≤ 0,90m
murs de clôture et clôtures aveugles ou non	INTERDIT	INTERDIT
scellée au sol	INTERDIT	UF < à 100 m = 1 double-face
		UF > à 100 m = 2 double faces avec juxtaposition possible
	sauf préenseignes de dimensions < à 0,20 x 1,25 m	Recul H/2 : ≥ 3 m de toute construction / limite séparative
	micro affichage commercial	si simple face, dos carossé
	pub lumineuses autorisées par le Maire	recto verso si strictement accolés
		Ne pas dépasser H et L d'une construction voisine
		monopied, pied inférieur à 0,8 m
		passerelle fixe et gouttière colle interdite
	saillie dispositif éclairage ≤ 0,90m	

numérique	autorisé par le maire	
sur toiture	autorisé par le maire	
bâches publicitaires	interdites sauf dans le cadre de travaux sur les MH	
petit format	2 de 1m <sup>2</sup> maximum, caisson étanche ≤ 5 cm	
horaires d'extinction	RNP	
mobilier urbain	2m <sup>2</sup> si < 100m MH / site inscrit sinon, RNP	RNP

### Enseigne (soumise à autorisation)

Les règles sont communes aux 2 ZPR	
sur façade (à plat + perpendiculaire)	RNP voir charte
	apposée sur la partie affectée au commerce
	uniquement la nature et le sigle de l'établissement
	enseignes à message publicitaire isolé interdite
balcons, gare-corps, baies d'étage	INTERDIT
à plat	interdites au-dessus d'une porte d'entrée d'immeuble d'habitation
perpendiculaire	1 par activité et en limite de propriété
scellée au sol	RNP voir charte
horaires d'extinction	
clignotantes	
sur toiture	



### Commentaire :

#### Il segmente le territoire en 2 zones de publicité :

- la ZPR1 concerne les espaces naturels et sensibles, la zone industrielle de Petite-Synthe, l'hyper-centre historique et la nouvelle zone urbaine. Cette zone est très protégée par rapport aux implantations publicitaires.
- la ZPR2 concerne la partie agglomérée du territoire. Cette zone autorise les supports publicitaires dans le respect de la réglementation nationale complétée par des règles de densité et de positionnement pour les publicités murales.
- Le reste du territoire aggloméré n'ayant pas de règle spécifique, il est soumis à la réglementation nationale.

Concernant les enseignes, elles sont soumises à une charte et un positionnement spécifique sur les façades.

Ce règlement est donc assez restrictif puisque dans la ZPR1, la publicité est interdite (sauf préenseignes et le micro-affichage (publicité de petit format)). Le mobilier urbain inférieur à 2m<sup>2</sup> est réintroduit aux abords des monuments historiques et dans les sites inscrits. Dans la ZPR2, les règles de densité et de positionnement sont assez contraignantes.

Les dispositions communes à ces deux zones obligent à une qualité d'entretien du matériel. Les portes menus, chevalets... sont interdits sauf dérogation.

Globalement, ces règles sont intéressantes car elles jouent sur la densité et la qualité des matériels utilisés.

La référence à une charte pour les enseignes permet d'adapter des préconisations dans le temps sans avoir à réécrire un nouveau règlement.

En conclusion, ce règlement est assez restrictif pour la publicité et bien rédigé pour les enseignes. Plusieurs règles peuvent être conservées pour la rédaction du nouveau RLPi. La zone de Saint-Pol-sur-Mer y sera intégrée pour une meilleure harmonisation des enseignes et des publicités sur le territoire.



# LE DIAGNOSTIC



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

Cette analyse permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier les éventuelles non-conformités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP, portent atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

**Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les enjeux et les objectifs fixés par la CUD :**

- faire adhérer les 17 communes et la CUD à un projet commun cohérent ;
- affirmer les diverses identités paysagères de l'agglomération ;
- assurer la protection des centres villes et des centres bourg, des sites à forte valeur patrimoniale et des espaces urbains en général ;
- trouver un équilibre entre développement économique et protection du cadre de vie ;
- garantir la cohérence entre le RLPi et le PLUi HD en construction.

## 4.1 | MÉTHODE DE RECENSEMENT

L'élaboration du RLPi nécessite de connaître la situation des publicités et des enseignes en place.

### 4.1.1 | Publicité

La totalité du territoire de la communauté urbaine a été parcouru, permettant le relevé des dispositifs, mobilier urbain compris, de plus de 1,5 m<sup>2</sup> mais hors abris voyageurs de la région Hauts-de-France.



Exemple d'abri-voyageur non publicitaire de la région Hauts-de-France

Une base de données SIG a été constituée sur le recueil terrain. Celle-ci a permis d'établir une cartographie de répartition des dispositifs recensés.

**Pour chaque dispositif, les données sont présentées sous forme d'une fiche détaillée reprenant tous les éléments nécessaires à son analyse et son suivi :**

- nature du dispositif ;
- adresse ;
- photo ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- légalité ou non vis-à-vis du RLP ou du RNP.

The screenshot shows a web-based data entry form for a sign (panneau). The form is titled 'Géopano' and has a date of 22/01/2021. It contains the following fields and values:

- Numéro du panneau : 18
- Date de déclaration préalable : [empty]
- Date d'installation : [empty]
- Date de retrait : [empty]
- Adresse : Boulevard de l'Europe
- Code postal : 59240
- Ville : DUNKERQUE
- Société : JC DECAUX
- Adresse locale de la société : [empty]
- Propriété : Publique
- Format : 2
- Support : [empty]
- Autre format : 0,00
- Scellé : Double face
- Mécanique du panneau : Fixe
- Pied : Monopied
- Eclairage : Calisson
- Mobilier Urbain : Planimètre
- Autre mobilier : [empty]
- Légalité : Oui
- Illégalité RNP : [empty]
- Illégalité RLP : [empty]
- Autre infraction : [empty]
- Commentaire : [empty]
- Code attribué par la société exploitante : [empty]
- Latitude : 51.051393773973246
- Longitude : 2.419899250869908
- Photo : A photograph of a sign on a street.
- Date de création de la fiche panneau : 20/10/2020
- Date de modification de la fiche panneau : 28/10/2020

Exemple de fiche

#### 4.1.2 | Enseignes

Un repérage détaillé qualitatif sur tout le territoire de la CUD en matière d'enseignes est réalisé, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans leur environnement.

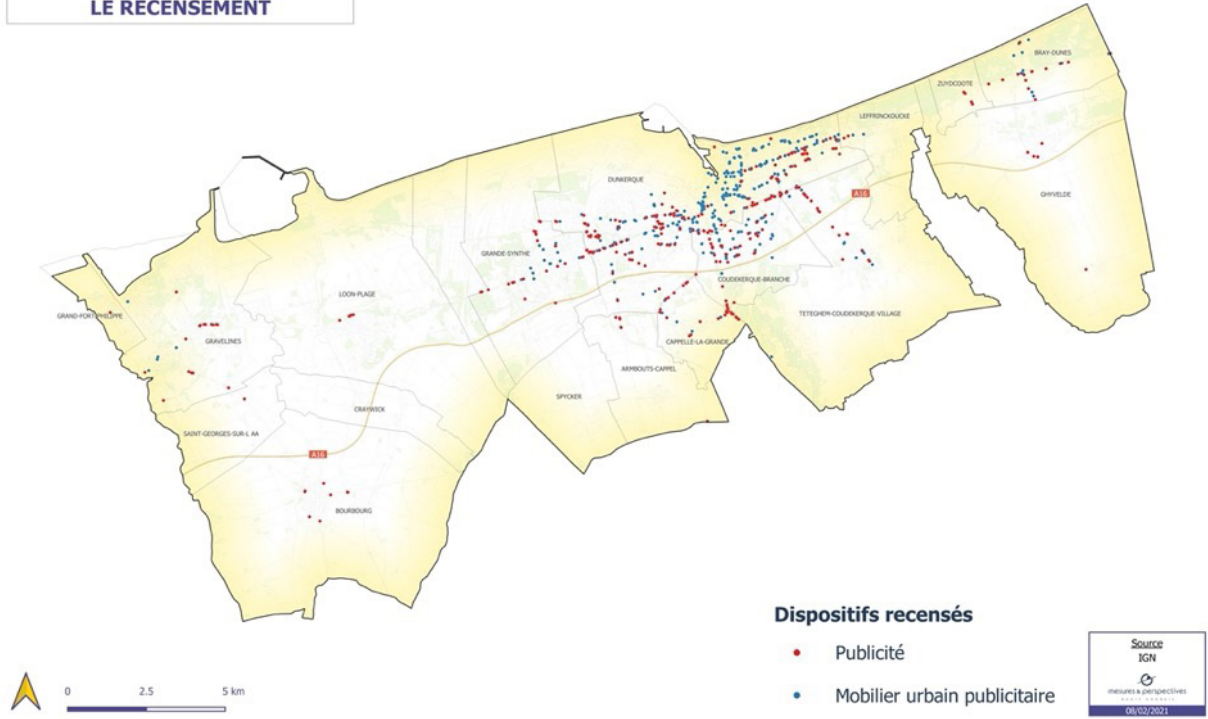
## 4.2 | LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ

Le nombre de dispositifs supérieurs à 1,5 m<sup>2</sup> relevé s'élève à 726 (dont 324 sur mobilier urbain publicitaire).

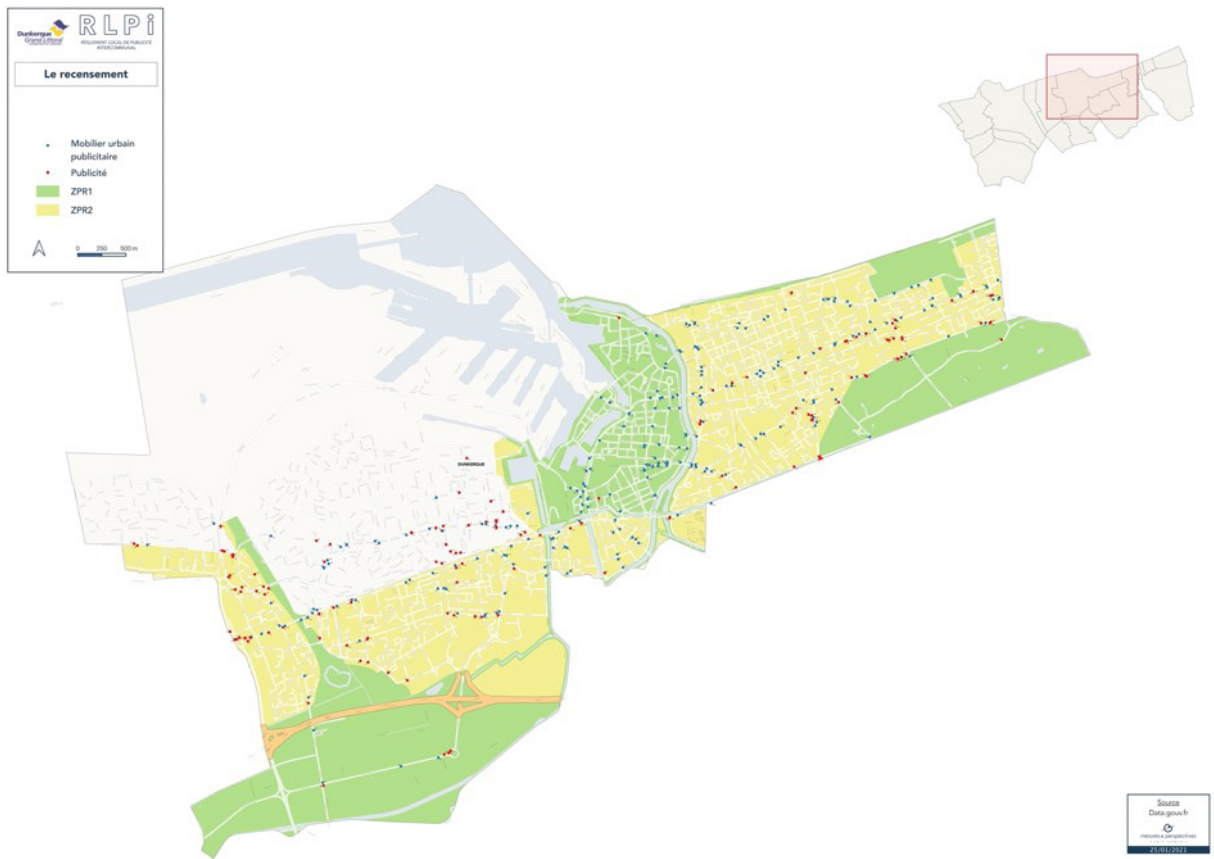
Ce total est ventilé de la manière suivante par commune :

Commune	Dispositifs publicitaires	Pourcentage
Armbouts-Cappel	6	0,8%
Bourbourg	12	1,7%
Bray-Dunes	23	3,2%
Cappelle-la-Grande	42	5,8%
Coudekerque-Branche	110	15,2%
Craywick	0	0,0%
Dunkerque	403	55,5%
Ghyvelde	6	0,8%
Grand-Fort-Philippe	2	0,3%
Grande-Synthe	47	6,5%
Gravelines	22	3,0%
Leffrinckoucke	2	0,3%
Loon-Plage	10	1,4%
Saint-Georges-sur-l'Aa	2	0,3%
Spycker	0	0,0%
Téteghem-Coudekerque-Village	34	4,7%
Zuydcoote	5	0,7%
<b>Total</b>	<b>726</b>	<b>100%</b>

**LE RECENSEMENT**



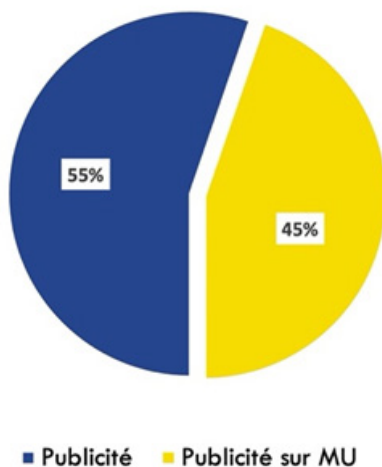
**Carte des implantations publicitaires sur le territoire**



**Carte des implantations publicitaires (zoom sur Dunkerque)**

Les lieux d'implantation, propriété privée ou domaine public, sont répartis ainsi :

Publicité / Mobilier urbain

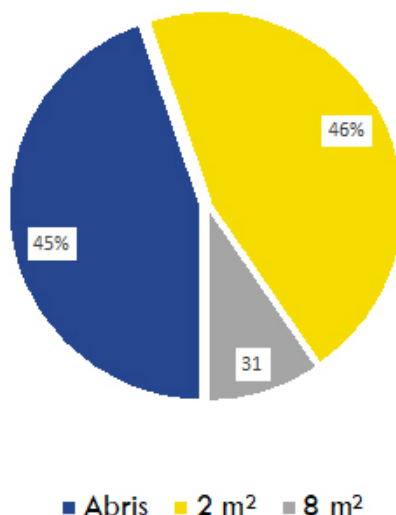


### Domaine public

La répartition par type de mobilier urbain est de :

- 145 abris voyageurs ;
- 31 dispositifs de 8 m<sup>2</sup> ;
- 148 dispositifs de 2 m<sup>2</sup>.

Format des mobiliers urbains publicitaires



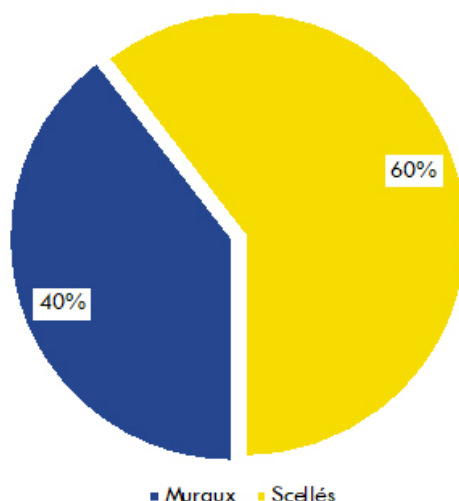
Les abris voyageurs et les planimètres constituent la majorité du mobilier urbain. Il est à noter que les dispositifs de 8 m<sup>2</sup> sont positionnés uniquement sur Dunkerque.

## Propriétés privées

Il y a été recensé 402 dispositifs. On distingue les muraux et les scellés au sol. Leur impact sur l'environnement est différent : les muraux s'appuient sur un obstacle visuel existant, alors que les scellés au sol en génèrent un.

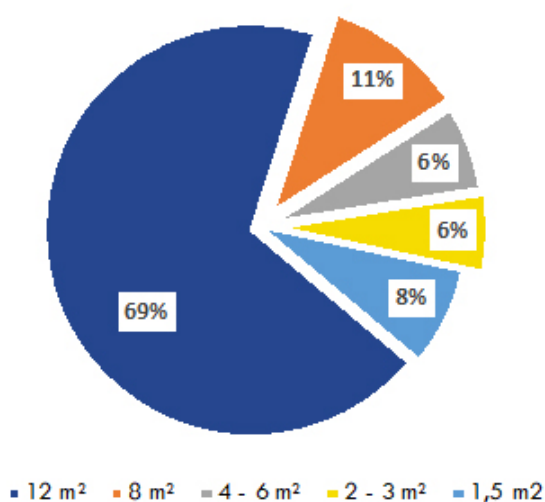
Sur les 402 dispositifs, plus de la moitié est installée sur les villes de Dunkerque (161 dispositifs) et de Coudekerque-Branche (71).

Répartition Muraux / Scellés au sol



Les surfaces sont les suivantes :

Répartition des surfaces

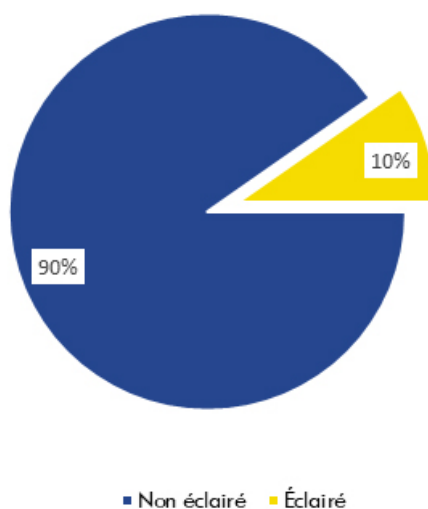


Les grands formats (12 et 8 m<sup>2</sup>) représentent 80 % des dispositifs.

Les 20 % restants sont répartis de façon équilibrée entre les autres formats.

L'éclairage augmente l'impact des publicités. C'est pour cette raison que le procédé se développe et plus particulièrement le numérique. Cependant, sur le territoire de la CUD, elles ne représentent aujourd'hui que 10% des dispositifs sur propriété privée.

Éclairage (hors mobilier urbain publicitaire)



39 dispositifs sont éclairés, dont 7 numériques.

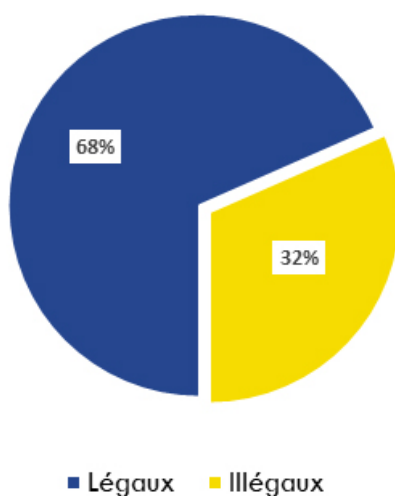
## 4.3 | LA CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS

### 4.3.1 | La publicité

La conformité des dispositifs sur domaine privé s'analyse dans un premier temps au regard du RNP.

Sur tout le territoire, hors mobilier urbain, 127 dispositifs sont en infraction avec diverses règles du RNP.

Légalité RNP (hors mobilier urbain publicitaire)



Les principales non-conformités portent sur :

- le dépassement de la limite d'égout du toit (37) ;
- le hors agglomération (34) ;
- le non respect de la règle de densité (16).



Publicité qui dépasse de la limite de l'égout du toit (Art. R. 581-27)

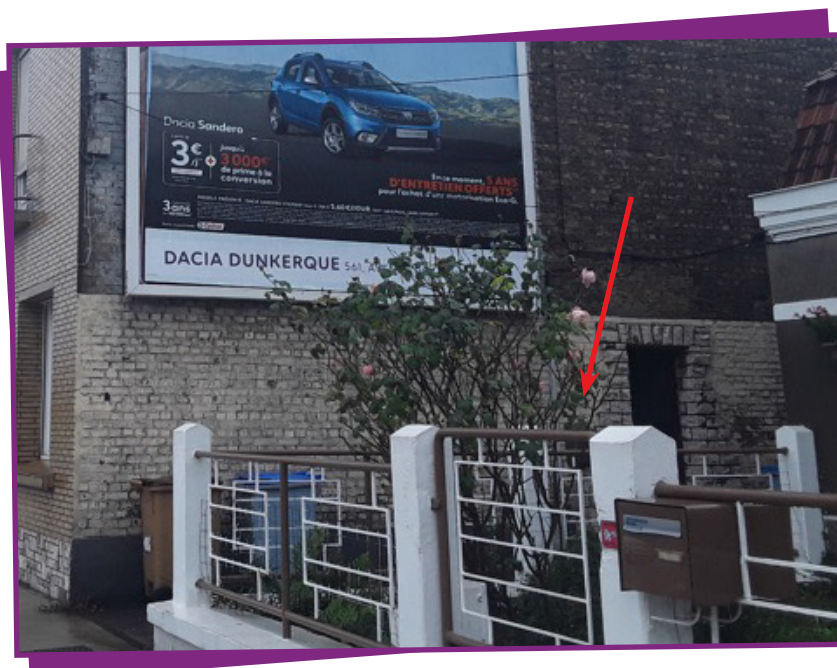




Préenseignes situées hors agglomération (Art. L. 581-7)



Publicités murales ne respectant pas la règle de densité (Art. R. 581-25)



Publicité implantée sur un mur non aveugle (Art. R. 581-22)

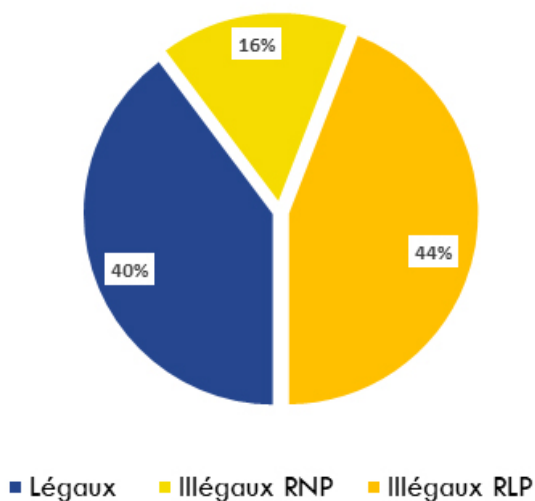


- Publicité murale dans un périmètre délimité des abords des monuments historiques (Art. L. 581-8)

Sur les 161 dispositifs publicitaires (hors mobilier urbain) recensés à Dunkerque, qui a la particularité d'être dotée d'un RLP, 97 dispositifs sont non-conformes, soit 60% du parc total répartis comme suit :

- 26 au titre du RNP ;
- 71 au titre du RLP.

Conformité RLP (Dunkerque uniquement)





Publicité murale ne respectant pas la règle de retrait de 0,5m des arêtes du mur et de la pente de toiture (RLP Art. 3-2-4), les passerelles fixes non rabattables sont interdites (RLP Art. 3-2-6). Ce dispositif peut aisément être mis en conformité en le repositionnant et en modifiant le type de passerelle.



Publicité murale devant être recouverte d'un papier à fond neutre ou d'une affiche neuve (RLP Art. 2-1-2).



Publicité scellée au sol avec un dos non carrossé (RLP Art. 3-2-5).

Certains dispositifs de format inférieur à 1,5 m<sup>2</sup> n'ont pas été recensés, mais présentent un fort impact sur le paysage urbain. Ils sont nombreux sur la commune de Dunkerque et sa périphérie.



En conclusion, une simple application du règlement national permettrait de supprimer un grand nombre de dispositifs non conformes hors agglomération.

En agglomération, les infractions concernent plus particulièrement la ville de Dunkerque. Là aussi, une application des règles en vigueur supprimerait de nombreux dispositifs notamment en termes de densité et la mise en conformité des dispositifs ne respectant pas le RLP permettrait d'améliorer la qualité des perspectives. Les conséquences seraient visibles immédiatement.

### 4.3.2 | Les Enseignes

À la suite du repérage des enseignes sur le territoire, on constate que la majorité des enseignes sont conformes au RNP. Quelques non-conformités ont néanmoins été repérées. Celles-ci concernent principalement les surfaces, le positionnement ou la densité.

Quelques exemples sont présentés ci-dessous.



- Enseignes avec une surface cumulée trop importante (Art. R. 581.63)



- Enseigne apposée à plat qui dépasse les limites de l'égout du toit (Art. R. 581-60)



- Enseigne murale qui dépasse du mur (Art. R.581-60).  
En abaissant celle-ci, elle devient conforme.



- Enseigne perpendiculaire mal positionnée car non située sur le lieu où s'exerce l'activité (la pharmacie se trouve uniquement au rez-de-chaussée de cet immeuble).  
C'est donc une publicité. Les publicités sont non-conformes lorsqu'elles sont installées sur un mur non aveugle (Art. R. 581-22).



- Enseignes scellées au sol supérieures à 1 mètre carré en surnombre.  
Elles sont limitées à un dispositif par voie bordant l'établissement (Art. R. 581-60)



- Enseigne sur toiture en lettres non découpées (Art. R.581-62).

## 4.4 | LES CONSTATS, HORS DES CAS DE NON-CONFORMITÉ

### 4.4.1 | La publicité

#### Dans les espaces naturels

Plusieurs dispositifs de grands formats ont été recensés à proximité ou dans les espaces de nature.



La publicité n'a pas sa place dans des secteurs paysagers qualitatifs.



## Dans la zone Grand Site

Le territoire des Dunes de Flandres n'est pas épargné par la publicité.



De par sa nature, le Grand Site doit faire l'objet d'une protection renforcée.

## En entrée d'agglomération

Les entrées d'agglomération représentent des zones cibles pour les afficheurs.



Ces entrées d'agglomérations sont le premier contact avec la ville pour les personnes arrivant de l'extérieur. Elles doivent donc leur donner une impression de qualité environnementale.

### Dans les zones d'activités ou commerciales

Les zones d'activités concentrent un nombre important de dispositifs publicitaires



La publicité est légitime à s'implanter dans ces zones, car la relation d'échelle avec le bâti n'est pas disproportionnée. Cela n'exclut pas de réguler la densité.

### Sur les grands axes

Les panneaux de grand format perturbent les perspectives sur les grands axes.





Leur surface peut être réduite pour une meilleure insertion.

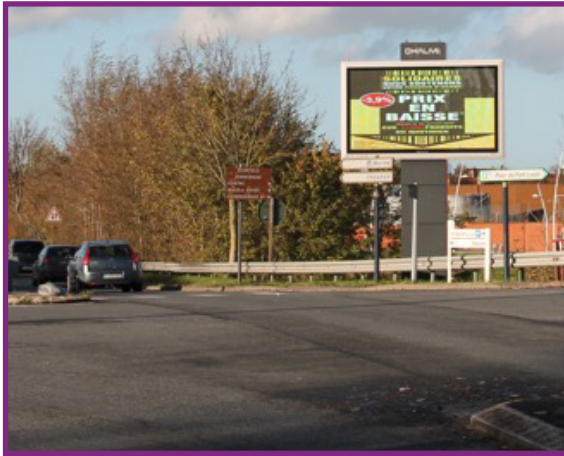
### Les chevalets

Les commerces de centre-ville posent fréquemment des chevalets devant leur établissement. Situés hors lieu de l'activité, ce sont des préenseignes. Ces dispositifs posés sur le domaine public doivent faire l'objet d'une autorisation de stationnement. Ils doivent notamment respecter les normes d'accessibilité.



### Les dispositifs numériques

Les premiers dispositifs numériques ont été installés en France dans les années 1980, mais cette technique s'est véritablement développée depuis 2010, favorisée par la baisse des coûts et le progrès de la qualité du matériel : nombre de pixels démultiplié, visibilité de jour améliorée.



Que les publicités et enseignes numériques soient considérées comme une expression de la modernité ou une nuisance, elles doivent être maîtrisées. Leur luminosité peut nuire au voisinage, leur multiplicité peut rendre illisible l'espace urbain.

### Une inadaptation à l'environnement, du matériel disparate

Certains dispositifs ou groupement de dispositifs ne sont pas en cohérence avec le contexte architectural proche. La juxtaposition de panneaux de formats différents sur un même support n'est pas esthétique.

Le futur règlement pourra prendre en compte ces critères.



## Du matériel bas de gamme et des accessoires rapportés

Tout matériel visible de l'espace public contribue à l'image de la ville. L'état de la publicité extérieure, publicités ou enseignes, doit être irréprochable. Les éléments ajoutés à la structure principale du dispositif, les fixations ou fondations apparentes, les dispositifs totalement ou partiellement en panne portent atteinte au cadre de vie. Le règlement national exige succinctement que les dispositifs soient maintenus en « bon état d'entretien et de fonctionnement ».



— Défaut d'entretien



— Passerelles

Ces dispositions peuvent être complétées par le règlement local de publicité.

## De la publicité sur le mobilier urbain : planimètres, abris-voyageurs et 8m<sup>2</sup>

Le mobilier urbain publicitaire fait l'objet de contrats consentis par les collectivités.



— Planimètre



— Abri-voyageur



Dispositif 8 m<sup>2</sup>

Son implantation peut faire l'objet de prescriptions pour améliorer son insertion.

### Des densités importantes de dispositifs

L'accumulation de dispositifs juxtaposés peut créer des écrans qui obstruent les perspectives (scellés au sol) et peuvent dénaturer l'architecture d'un bâtiment (à plat sur mur).



La densité est régulée par le RNP. Une adaptation au contexte local est nécessaire pour éviter ces situations de saturation.

## 4.4.2 | Les enseignes

L'appréciation de la qualité d'une enseigne est liée pour partie aux matériaux (matières nobles, couleurs, typographie, graphismes...) et pour beaucoup à son intégration dans le bâti. Le respect du rythme des façades (vertical ou horizontal), des murs (enduit, pierres apparentes, bois...) et des éléments de modénature (corniches, balcons, etc.) est le gage d'une enseigne réussie.



 Divers exemples d'enseignes réussies

## Des enseignes perpendiculaires en surnombre

Les enseignes perpendiculaires peuvent affecter les perspectives des rues lorsqu'elles sont trop nombreuses ou trop grandes. L'enseigne doit être placée dans le rez-de-chaussée sauf lorsque l'activité s'étend aux étages.



Le nombre des enseignes perpendiculaires est trop élevé.



## Des enseignes perpendiculaires mal positionnées



— Ces enseignes perpendiculaires ne respectent pas la composition de la façade.

Le respect de l'architecture passe par un alignement des enseignes perpendiculaires soit sur les enseignes à plat, soit sur la composition de la façade.

## Des confusions liées au matériels employés

Certaines enseignes utilisent le même matériel support que les publicités scellées au sol. Il est parfois difficile de savoir si le dispositif indique une direction, une publicité ou le lieu même de l'activité signalée.

Leur multiplication sur un même site peut par ailleurs totalement brouiller la lecture.



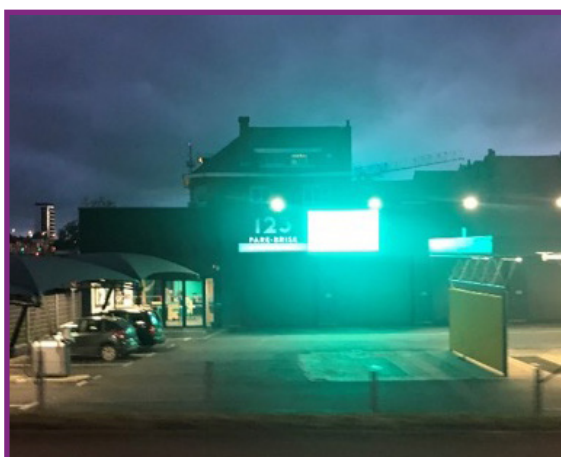
— Multiplicité d'enseignes et de publicités



— Enseigne utilisant du matériel publicitaire

## Des dispositifs numériques

La baisse du coût permet à un établissement de toute taille de remplacer son enseigne traditionnelle par un écran, diffusant de manière animée des messages vantant les produits et les promotions.



### Impact lumineux d'une enseigne numérique dans la nuit

Consommatrices d'énergie, pouvant nuire au voisinage, les enseignes numériques, comme les publicités numériques, doivent être soigneusement encadrées par le RLP.

## Des enseignes scellées au sol disparates

Ce type de dispositif est plus harmonieux lorsque plusieurs enseignes sont regroupées sur un seul support.



Des matériels dégradés



Les regroupements ne sont pas toujours valorisants



Exemples de sobriété



L'harmonisation des formes et des implantations sera à étudier.

## 4.5 | SYNTHÈSE DES CONSTATS

### 4.5.1 | Publicité

Sur le territoire de la CUD, la publicité est principalement installée à Dunkerque et dans les villes limitrophes. L'application du règlement national permettrait de supprimer de nombreux dispositifs et donc de limiter la pression publicitaire dans certaines zones.

Le règlement local de publicité de Dunkerque a adopté des règles pertinentes au regard de son environnement. Ces règles peuvent être étendues à tout le territoire en ce qui concerne la densité, la suppression des publicités dans les espaces naturels ou encore l'exigence d'une qualité et d'entretien du matériel utilisé. D'autre part, l'arrivée de la publicité numérique est à prendre en compte dans l'écriture des futures règles.

### 4.5.2 | Enseignes

Les enseignes visibles sur le territoire respectent majoritairement les règles du RNP ou du RLP. De nombreux dispositifs s'intègrent bien à l'architecture. On constate malgré tout que certains dispositifs ayant des formats similaires aux publicités induisent de la confusion dans la lecture des messages. D'autre part, beaucoup d'enseignes perpendiculaires sont installées de façon anarchique et en grand nombre. Elles doivent être encadrées pour améliorer leur lisibilité et embellir les centres villes.

Les enseignes scellées au sol créent des obstacles visuels dans les perspectives. Leur multiplicité sur un même site contribue fortement à cette nuisance. Leurs formes disparates sont peu harmonieuses.

# LES ORIENTATIONS



La réglementation nationale, l'étude des enjeux, l'analyse du règlement en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir les d'orientations pour l'élaboration des futures règles du RLPi.

## 5.1 | LES ORIENTATIONS POUR LA PUBLICITÉ SONT :

### Limiter la densité :

Les règles actuelles du RNP ne limitent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent être renforcées par des règles de densité.

### Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non de la publicité numérique :

L'écran numérique a un fort impact sur le cadre de vie en raison de sa luminosité. Il ne peut être accepté partout.

### Supprimer la publicité dans les espaces naturels :

Cette règle qui a été inscrite dans le RLP de Dunkerque doit être élargie à tout le territoire.

### Supprimer la publicité aux entrées de ville :

Première perception des visiteurs arrivant sur le territoire, ces espaces doivent être aménagés.

### Réduire la surface de dispositifs :

La surface des publicités doit être adaptée aux lieux les environnant afin de mieux les intégrer.

### Exiger une qualité de matériel et d'entretien :

La qualité du matériel utilisé contribue à améliorer le cadre de vie.

Définir les conditions dans lesquelles la publicité est admise sur le mobilier urbain dans les sites protégés :

En raison du service rendu aux usagers, les villes doivent conserver la possibilité d'implanter -raisonnablement - des mobiliers urbains publicitaires, comme le prévoit le Code de l'environnement.

Limiter les horaires d'extinction de 23 h à 7 h

Les horaires d'extinction sont fixés de 1 h à 6 h. La réduction de la facture énergétique, la lutte contre la pollution lumineuse nocturne et le respect de la trame noire conduisent à imposer une plage horaire plus importante.

## 5.2 | LES ORIENTATIONS POUR LES ENSEIGNES SONT :

Poursuivre la politique de respect de l'architecture :

Les règles d'insertion des enseignes à Dunkerque protègent correctement l'architecture des bâtiments sur lesquels elles sont apposées. Il est important de maintenir ses règles.

Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires :

La prolifération des enseignes perpendiculaires sur une même façade commerciale nuit aux perspectives car elles sont souvent disposées de façon anarchique. De plus elles ont pour effet d'en perturber la lecture et la compréhension des messages.

Aménager les dimensions des enseignes scellées au sol :

Harmoniser les dimensions et les formes des enseignes scellées au sol permet de mieux distinguer les enseignes des publicités et offre aux établissements une meilleure visibilité.

Encadrer les dimensions des enseignes numériques et les lieux où elles seraient autorisées :

Le RNP ne fixe pas de règles particulières aux enseignes numériques. Le RLPi doit en limiter les lieux d'installation et les dimensions.

Limiter les horaires d'extinction de 23 h à 7 h :

Les horaires d'extinction sont fixés de 1 h à 6 h. La réduction de la facture énergétique, la lutte contre la pollution lumineuse nocturne et le respect de la trame noire conduisent à imposer une plage horaire plus importante.

# EXPLICATION DES CHOIX



## 6.1 | PUBLICITÉ

### 6.1.1 | Dispositions générales

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (art. L.581-19 du code de l'environnement). Afin de simplifier la lecture du RLPi, il n'est donc fait référence qu'à la publicité.

#### Dérogation à l'interdiction de la publicité

La CUD a fait le choix d'admettre au sein de son RLPi la publicité dans les lieux d'interdiction relative énumérés à l'article L.581-8 du code de l'environnement : abords des monuments historiques et site patrimonial remarquable. Ce choix s'est fondé notamment sur le constat qu'il apparaît nécessaire de garantir une certaine présence publicitaire au sein de ces espaces, au regard notamment du rôle qu'elle joue dans l'économie locale et de la nécessité de maintenir un service permettant de relayer les informations municipales auprès de la population (art. P.A).

#### Publicité murale

Le respect de l'architecture est une préoccupation qui s'inscrit dans le RLPi. Une règle de recul des panneaux de 0,50 m de toutes arêtes verticales des murs, règle existant dans le règlement précédent de Dunkerque, est ainsi reprise pour protéger les façades (art. P.B).

#### Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol autre que celle supportée par mobilier urbain

Le RLPi instaure des règles visant à garantir la qualité esthétique des dispositifs publicitaires ou à alléger l'impact visuel de leur structure sur leur environnement.

Des dispositions ont été retenues afin d'habiller, dissimuler, ou supprimer les éléments de structure apparents peu esthétiques. Dans le même objectif, des règles visent à ne retenir que des dispositifs présentant un seul pied au-delà d'une surface de 2 mètres carrés (art. P.C).

#### Publicité de petit format

L'article P.F rappelle que la publicité de petit format ne peut être réglementée de manière plus restrictive que celle fixée par le RNP (CAA Bordeaux 26/04/2021 : 19BX01464).

## Accessoires

Les éléments rapportés sur un dispositif au titre de la sécurité des intervenants sur le panneau sont disgracieux et doivent être les plus discrets possibles. Ainsi, seules les passerelles et échelles amovibles ou escamotables peuvent être admises (art. P.F).

## Publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines :

L'apparition de dispositifs en intérieur générant une gêne soit pour le respect de l'architecture, soit par leur luminosité (écrans vidéo), et en complément de l'article L.581-2, l'interdiction porte sur les dispositifs dont la vocation est de n'être vus que depuis l'extérieur et s'étend à tout type de local (art. P.H).

## Horaires d'extinction

Pour lutter contre la pollution lumineuse nocturne et la facture énergétique, la plage horaire d'extinction fixée le RNP de 1 h à 6 h est étendue de 23 h à 7 h. Dans une volonté d'égalité de traitement, cette règle s'applique également au mobilier urbain, à l'exception des abris voyageurs pour des raisons de service et de sécurité (art. P.I).

## 6.1.2 | Zone P1

Cette zone correspond aux espaces naturels (zone N du PLU) en agglomération, à la zone Grand Site, aux espaces boisés classés (EBC) et aux bordures de voies d'eau.

Dans ces zones où la nature est préservée et où les citoyens se ressourcent, la publicité détone. Seuls sont admis quelques mobiliers urbains utiles aux usages de la vie publique.

## Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est admise avec une surface et une hauteur réduites par rapport à celles fixées par le RNP, adaptée aux lieux environnants (art. P.1.2).

## Publicité

Les autres formes de publicités y compris numériques, sont inopportunes (art. P.1.3)

## 6.1.3 | Zone P2

Cette zone correspond aux sites inscrits et aux abords des monuments historiques.

Le RLPi apporte sa contribution à la politique de reconnaissance et de protection du patrimoine bâti. Du fait de leurs caractéristiques urbaines spécifiques, ces secteurs sensibles doivent faire l'objet d'une très forte protection. Dans un but de cohérence, la zone reprend le périmètre du SPR.



### Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est admise avec une surface et une hauteur adaptées à cette zone qui nécessite une protection forte et qui permet cependant une large diffusion des informations municipales d'intérêt public (art. P.2.2).

### Publicité numérique supportée par le mobilier urbain

La publicité numérique supportée par le mobilier urbain est autorisée avec une surface réduite. L'installation reste à la discrétion de chaque commune (art. P.2.3).

### Publicité sur bâches

Ces dispositifs, absents actuellement sur le territoire, n'ont pas vocation à y trouver une place. Ils sont donc interdits (art. P.2.4).

### Article P.2.5 : Publicité

Le règlement prend en compte les modes de publicité actuelle. Devant l'inconnu de futurs développements de supports, il est prévu d'interdire toute autre forme de publicité pour se garantir d'éventuelles apparitions (art. P.2.5).

## 6.1.4 | Zone P3

Cette zone correspond aux territoires agglomérés des communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Dunkerque.

### Densité

Le RNP s'applique (surface de 4 m<sup>2</sup> pour les dispositifs muraux). En complément, une règle de densité est ajoutée. Cela évite la multiplicité de dispositifs qui bien souvent contiennent des messages redondants (art. P.3.2).

## 6.1.5 | Zone P4

Cette zone correspond aux centres villes et aux zones résidentielles des communes faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque.

### Entrées de ville

Lieux de fort passage, les entrées de villes sont très attractives et la publicité y prolifère.

Une distance est définie à compter des panneaux d'entrée d'agglomération uniquement lorsqu'il y a discontinuité du bâti (art. P.4.2).

## Densité

Une densité plus restrictive que celle fixée par le code de l'environnement, applicable indistinctement à la publicité murale et scellée au sol, est retenue.

Elle a pour effet de limiter l'implantation de dispositifs publicitaires dans ces secteurs fortement urbanisés pour respecter l'architecture (art. P.4.3).

## Publicité murale ou scellée au sol

La publicité sur mur ou scellée au sol est admise, mais avec une réduction de la surface totale à 10,50 mètres carrés (art. P.4.4 et P.4.6).

## Publicité sur clôture ou mur de clôture

Les murs de clôture ou les clôtures, éléments structurant du paysage urbain, doivent demeurer visibles et la publicité ne peut y être apposée (art 4.5).

## Publicité supportée par le mobilier urbain

Pour respecter le caractère des lieux composant cette zone, la publicité sur mobilier urbain est admise, avec une surface réduite par rapport à celle fixée par le RNP. Sa surface est limitée à 8 mètres carrés (art. P.4.7).

## Publicité numérique

La publicité numérique n'est autorisée que sur le mobilier urbain, et seulement dans les communes de plus de 10 000 habitants. Sa surface est limitée à 2 mètres carrés pour limiter son impact, notamment en centre-ville (art. P.4.8).

## Publicité sur bâche

La publicité sur bâche de chantier est autorisée en raison de son caractère temporaire (art. P.4.9).

## Domaine ferroviaire

Le domaine ferroviaire formant une unité foncière particulière, des règles propres y sont déterminées.

La surface est identique à celle prescrite pour les autres formes de publicité sur la zone. Pour éviter des effets d'accumulation, une distance minimum a été définie entre deux panneaux. Cette règle d'espacement entre les dispositifs est globalement comparable aux règles de densité (art. P.4.10).

## 6.1.6 | Zone P5

Cette zone correspond aux zones d'activités et zones portuaires des communes faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque. Du fait de sa composition à caractère économique, cette zone est celle où la réglementation, bien que plus restrictive que le RNP sur certains points, est la moins contraignante.

### Grand Port Maritime de Dunkerque

L'interdiction de la publicité au sein de la zone du Grand Port Maritime de Dunkerque reprend le cahier des charges prescriptif d'occupation du domaine portuaire de Dunkerque (art. 5.2.).

### Entrées de ville

Compte-tenu de leur grande attractivité pour les annonceurs, il est nécessaire de les protéger contre la profusion de publicité. Une distance est définie à compter des panneaux d'entrée d'agglomération uniquement lorsqu'il y a discontinuité du bâti (art. P.5.3).

### Densité

Une règle de densité sur une même unité foncière est fixée pour interdire le regroupement de plusieurs dispositifs. Cela a pour effet d'offrir une meilleure lisibilité des messages et éviter la surcharge des sites d'implantation (art. P.5.4).

### Publicité murale ou scellée au sol

Dans un esprit d'harmonie, la surface de la publicité, murale ou scellée au sol, est réduite à 10,50 m<sup>2</sup> comme en zone 4 (art. P.5.5 et P.5.6).

### Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est admise avec une surface réduite par rapport à celle fixée par le RNP, adaptée aux lieux environnants (art. P.5.7).

### Publicité numérique

La publicité numérique se conforme au RNP avec la surface limitée à 8 m<sup>2</sup>. Une règle d'interdistance entre 2 dispositifs numériques en covisibilité ne peut être inférieure à 200 mètres pour en éviter la prolifération dans cette zone très attractive (art. P.5.8).

### Publicité sur bâche

La publicité sur bâche de chantier est autorisée en raison de son caractère temporaire (art. P.5.9).

### Domaine ferroviaire

La surface est identique à celle prescrite pour les autres formes de publicité sur la zone. La règle d'espacement entre les dispositifs est la même qu'en Zone 4 (art. P.5.10).

## 6.2 | ENSEIGNES

### 6.2.1 | Dispositions générales

#### Autorisation des enseignes

Le règlement rappelle que les enseignes sont soumises à l'autorisation de l'autorité de police compétente, après accord de l'architecte des Bâtiments de France (ABF) le cas échéant.

Afin de préserver leur qualité, le RLPi rappelle que les demandes d'autorisation seront acceptées uniquement si, au-delà du seul respect des prescriptions réglementaires, la bonne intégration des enseignes dans leur environnement est garantie. Les enseignes devront donc, en toutes zones, prendre en compte et respecter la qualité des façades, des lieux avoisinants, des perspectives, du paysage en général, et tenir compte des normes de sécurité de la voie publique. Le respect des chartes est également pris en compte lors de l'instruction (art. E.A).

#### Suppression des enseignes

Le RNP impose que l'enseigne soit supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité qu'elle signale (article R.581-58 du code de l'environnement). Il arrive toutefois que cette obligation ne soit pas respectée et il est alors difficile pour l'autorité de police de retrouver l'ancien occupant du local pour lui imposer cette obligation. Aussi, le règlement oblige également le propriétaire à supprimer les enseignes lorsqu'elles sont demeurées en place au-delà des trois mois réglementaires (art. E.B).

#### Enseignes sur les arbres et les haies

À la différence de la publicité, le RNP n'interdit pas l'installation des enseignes sur les arbres. Dans un souci de protection du patrimoine végétal, le RLPi soumet les enseignes à un même régime d'interdiction sur les arbres et les haies (art. E.C).

#### Enseignes sur façade

Si les enseignes à plat se voient appliquer le RNP, le diagnostic a montré que les enseignes perpendiculaires devaient répondre à des règles particulières. Leur nombre par voie bordant l'établissement est contingenté et adapté pour certaines activités (activités multiservices ou hôtels). Leur positionnement est encadré pour éviter les implantations anarchiques (art. E.D).

#### Article E.E : Enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol

Le RLPi prévoit des dispositions visant à garantir la qualité esthétique des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Elles ont notamment vocation à alléger l'impact visuel de la structure sur son environnement (art. E.E). Un gabarit est imposé : la hauteur doit être au moins égale à deux fois leur largeur, de manière à présenter une forme de totem. Le format vise à une simplification de leur aspect, et une distinction plus aisée des enseignes par rapport aux panneaux publicitaires.

### Article E.F : Chevalets ou porte-menus

Les chevalets et portes-menus, utiles au commerce de proximité, sont limités en nombre, en positionnement et en format maximum (art. E.F).

### Enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines

Ces enseignes participent à l'animation du commerce, mais doivent être réglementées car sources de forte luminosité. Intégrant la possibilité offerte par la loi Climat et Résilience, elles sont limitées en nombre et en surface (art. E.G.).

### Horaires d'extinction

À l'instar de la publicité lumineuse, afin de contribuer à la lutte contre la facture énergétique et de prendre part à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, le RLPi prévoit une règle d'extinction pour les enseignes, identique à celle des publicités. Par souci de cohérence, la plage horaire d'extinction retenue pour les enseignes est donc également fixée de 23 h à 7 h.

Les enseignes situées à l'intérieur des vitrines suivent le même régime (art. E.H.).

### Enseignes lumineuses

Pour ne pas multiplier les sources lumineuses, le nombre d'enseignes perpendiculaires clignotantes des pharmacies et autres services d'urgence est limité par voie bordant l'établissement.

Comme pour la publicité, le RLPi rappelle qu'aucune enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère présenter des dangers, causer un trouble excessif ou porter atteinte à l'environnement. L'enseigne lumineuse doit notamment ne pas être éblouissante (art. E.I).

## 6.2.2 | Zone E1

Les secteurs à caractère patrimonial ou paysager sont regroupés dans cette zone. Une protection adaptée et un traitement particulier des enseignes y sont définis.

### Enseignes sur façades

Plusieurs règles du RLP de Dunkerque bien adaptées sont reprises afin de respecter l'architecture. Des caractéristiques esthétiques sont précisées pour mieux les intégrer dans leur environnement (art. E.1.2).

### Enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol

Les enseignes scellées au sol créent des obstacles visuels de fort impact. Pour en diminuer la portée, la surface autorisée est réduite par rapport à celle autorisée par le RNP (art. E.1.3).

Les oriflammes perturbent la lecture de ces lieux qui nécessitent une protection forte. Ils sont donc interdits (art. E.1.3.)

Enseignes de moins de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol hors chevalet ou porte-menu

Le RNP ne limite pas le nombre d'enseignes de moins de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ces zones. Il est donc nécessaire de définir une densité pour les contrôler et de contribuer à la préservation de ces lieux. Elles sont limitées en nombre (art. E.1.4).

Pour les mêmes motifs que les enseignes de plus de 1 mètre carré, les oriflammes sont interdits (art. E.1.4.).

Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes en toiture, créent des obstacles très impactant sur les perspectives. Elles sont donc interdites (art. E.1.5).

Enseignes numériques

Trop marquantes dans leur environnement, les enseignes numériques sont interdites (art. E.1.6.).

### 6.2.3 | Zone E2

La vocation économique de ces secteurs justifie l'adoption d'un régime applicable aux enseignes plus souple que les règles retenues pour les autres zones. Les larges voies, les grandes dimensions des bâtiments, l'absence de monument à forte valeur patrimoniale permettent de reprendre en grande partie les dispositions du RNP. Afin d'assurer la qualité et la cohérence de l'ensemble, le RLPi prévoit certaines dispositions complémentaires.

Enseignes de moins de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol hors chevalet ou porte-menu

Afin de garantir la bonne lisibilité de chaque établissement et pour ne pas entraver la circulation, une règle de densité permettant aux commerçants de s'exprimer est adoptée. (art. E.2.3).

Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture sont autorisées mais avec une hauteur réduite à 3 mètres pour mieux s'intégrer dans leur environnement (art. E.2.4).

Enseignes numériques

Dans une zone économique, les enseignes numériques ne dénaturent pas les façades et ne troublent pas le voisinage. Elles peuvent donc y trouver leur place. Toutefois, elles n'ont pas besoin de grandes surfaces pour être visibles. De plus, la limitation de surface réduit les consommations électriques de ces dispositifs très énergivores (art. E.2.5).

Les enseignes numériques scellées au sol sont interdites, en raison des troubles qu'elles peuvent apporter à la circulation automobile.

## 6.2.4 | Zone E3

Cette zone couvre le reste du territoire, principalement dans les zones hors agglomération.

**Enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol**

Par souci de cohérence, les mêmes règles s'appliquent qu'en zone E2. (art. E.3.2).

**Enseignes de moins de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol hors chevalet ou porte-menu**

Peu présentes dans ces zones, la limitation à 1 dispositif par voie bordant l'établissement est suffisante (art. E.3.3).

**Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu**

La règle de la Zone E2 est reprise pour les mêmes motifs (art. E.3.4).

**Article E.3.5 : Enseignes numériques**

Du fait de leur influence sur la faune, de la gêne au voisinage, de leur inadaptation dans les milieux semi-ruraux, les enseignes numériques sont interdites (art. E.3.5.).