

Direction départementale
des territoires et de la mer

Lille le 29/09/2022

Service Eau Nature et Territoires
Secrétariat CDNPS
Alexis Duhamel

**Compte-rendu de la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des
Sites du jeudi 22 septembre 2022**

**Formation :
« Publicité »**

Liste des présents

Président :

- Mr Thierry DUTILLEUL , Direction Départementale des Territoires et de la Mer du Nord, représentant le Préfet

Secrétariat :

- Mr Alexis DUHAMEL, Direction Départementale des Territoires et de la Mer du Nord (DDTM)

Membres de la formation « Publicité »

Représentants des services de l'État :

- Mme Joëlle DEVEUGLE, Direction Départementale des Territoires et de la Mer du Nord
- Mr Etienne DUBOIS, Direction Régionale des Affaires Culturelles

Collectivités territoriales et EPCI :

- Mr Jean-Luc AVART, Association des Maires du Nord

Personnes qualifiées :

- Mme Morgann LE MONS, Parc naturel régional Scarpe-Escaut

Personnes compétentes :

- Mr Julien DEFAYE, JC Decaux ;

Mandats :

- La DREAL à la DDTM
- Mr Alain WARD, Nord Nature, à Mr le Président de la CDNPS;

Quorum : le quorum est atteint par 8 voix sur 13.

Communauté Urbaine de (CUD) - Projet de règlement local de publicité intercommunal.

Rapporteurs du dossier :

- Mme Florence VANHILLE, maire de Zuydcoote avec une voix délibérative en sus des membres de la CDNPS ;
- Mme Céline RINGOT, Communauté Urbaine de Dunkerque ;
- Mme Delphine CAPET, Communauté Urbaine de Dunkerque ;

- Mr Jean ROCHER, bureau d'études Mesures et Perspectives;
- Mr Nicolas ROCHER, bureau d'études Mesures et Perspectives.

Contexte de l'élaboration du Règlement Local de la Publicité intercommunale.

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).

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.

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, 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). Les objectifs fixés par délibération du 19 décembre 2019 prescrivant son élaboration sont les suivants :

- 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 bourgs, 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

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.

Débat :

Mr Defaye estime que sur le projet actuel, l'équilibre entre le cadre de vie et la liberté d'information et de commercer n'est pas atteint, et déplore la disparition du « Grand Format » dans 4 des 6 zones créées, et se retrouve sur les zones excentrées du RLPi, mobilier urbain inclus. Les différentes contributions des publicistes n'ont pas été entendues. Mr Defaye alerte sur l'interdiction de tout mobilier numérique dans les vitrines, le RLPi ne peut pas l'interdire purement et simplement, la loi climat et résilience permet de légiférer sur ce point, et le contrôler. Une jurisprudence existe sur ce point.

Mr Defaye souhaite que les zones d'entrée de ville apparaissent clairement dans le RLPi afin de simplifier l'application de la réglementation, et éviter toutes mauvaises interprétations.

Mr Defaye regrette que la réglementation actuelle ne soit pas acceptée et que le pouvoir de police sur l'environnement ne soit pas plus appliqué sur le terrain, et estime que si les règles avaient été mieux appliquées, le RLPi ne serait pas aussi restrictif.

Mr le Président est en désaccord avec ce constat sur la police: Le travail de police est réalisé au mieux avec les effectifs disponibles. Les publicitaires doivent suivre la réglementation même si les effectifs alloués à ces contrôles sont sans doute insuffisants face aux nombreuses infractions qu'on peut constater sur l'ensemble du département.

Mr Defaye précise que de nombreux publicistes n'enfreignent pas la réglementation seule une minorité ne la suit pas. Le devoir de police doit être mieux respecté.

Mr Dubois liste un certain nombre d'observations, et de remarques sur la forme pour certaines et de fond pour d'autres :
Concernant la publicité :

- L'article P.D. prévoit que les dispositifs publicitaires de petit format seront autorisés en toutes zones, seulement soumis aux dispositions du R.N.P. Ces règles nationales sont peu protectrices, et insuffisantes en particulier dans les centres anciens ou à proximité de monuments historiques (à Gravelines par exemple). Des règles plus restrictives (nombre et position des dispositifs) devraient être prévues, au moins dans les zones P1 et P2.
- Les articles P.1.2 et P.1.3 devraient être clarifiés sur la possibilité – ou non - de publicité numérique sur mobilier urbain. On ne sait pas si la publicité numérique est autorisée ou non sur le mobilier urbain.
- Les règles concernant la publicité sur mobilier urbain dans les zones P2 (où elle est autorisée, y compris numérique, jusqu'à 6m de hauteur !) et P3 (où elle est interdite) ne paraissent pas cohérentes : on pourrait ainsi avoir de la publicité (possiblement numérique) sur un abri-bus place du Vieux Marché aux Chevaux à Bourbourg, en plein centre ville, mais pas place de la Gare dans la même ville, pourtant plus excentrée.
- Dans la zone 2, la publicité numérique sur mobilier urbain peut s'élever jusqu'à 6m de hauteur, hauteur trop importante.
- L'intitulé de cette zone P2 (article P.2.1.) doit être revu, elle ne correspond pas aux abords des monuments historiques mais au périmètre de protection autour des bâtiments historiques.
- Au-delà de l'intitulé de cette zone c'est aussi sa délimitation qui interroge. En effet, plutôt que de s'appuyer sur le tracé des servitudes de protection autour des monuments historiques (ronds de 500m), une délimitation sur des critères plus objectifs, plus proches de la réalité du tissu urbain et des enjeux patrimoniaux auraient été plus cohérente. Par exemple le traitement différencié (P2 ou P4) de la digue de mer à Malo, ensemble continu et homogène, selon que l'on soit à plus ou moins de 500m à vol d'oiseau d'un monument historique n'a pas grand sens sur le terrain, cela peut paraître incohérent. Certains patrimoines architecturaux ne sont pas pris en compte, tels que les immeubles protégés dans le PLUi au titre de l'article L151-19 du code de l'urbanisme : ainsi, une maison à Fort Mardyck avec un pigeon aveugle pourrait recevoir de la publicité de 10,50 m².

Concernant les enseignes :

- L'article E.A. stipule que l'autorisation d'enseigne peut être refusée « si elle porte atteinte ... à la sécurité des usagers de la voie publique ». Le RLPi n'a pas vocation à traiter de cette problématique, qui pourrait fragiliser juridiquement le document.
- L'article E.F. indique que les chevalets « sont autorisés ». Pour une meilleure compréhension, il conviendrait plutôt d'écrire « peuvent être autorisés » dans la mesure où ces dispositifs doivent faire l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public, qui ne sera pas forcément accordée.
- Une ambiguïté devrait être levée entre l'article E.G. qui évoque les enseignes numériques à l'intérieur des vitrines,

et l'article E.1.6. qui interdit toutes enseignes numériques : Les enseignes numériques à l'intérieur des vitrines sont-elles – ou non – possibles dans la zone 1 ?

- Enfin, l'article E.2. prévoit des règles sur le contenu même du message, qui « ne doit informer que de la nature de l'établissement et indiquer son sigle », cela semble difficilement faisable. Ces règles apparaissent juridiquement très fragiles et paraissent par ailleurs très délicates à appliquer.

Mr Rocher répond que la publicité « petit format » est soumise au RNP.

Mr Dubois s'inquiète sur le devenir de la publicité petit format en zone P1 et P2.

Mr le président estime que la délimitation des zones concernant les enseignes manque de précision. Le bureau d'études répond qu'une cartographie sous SIG plus précise existe mais celle-ci ne nous a pas été communiquée.

Mr Dubois regrette que les immeubles protégés au PLUi ne soient pas repris au RLPi. Mme Vanhille trouve cohérent d'interdire la publicité sur les façades des bâtiments protégés.

Mr Avart précise qu'à partir du 1^{er} janvier 2024 la compétence de police de la publicité sera exercée par le maire, et interroge la CUD sur le nombre d'infractions recensées sur leur territoire. La CUD confirme 127 infractions sur l'année 2021.

Mr Defaye regrette une suppression du Grand Format dans 4 des 6 zones créées, et l'interdiction du mobilier numérique dans les vitrines qui n'est pas légal et qui crée une instabilité juridique.

Mr Dubois salue un règlement très protecteur.

Conclusion

résultat du vote :

- 6 avis favorables sous réserves de lever les points relevés par Mr Dubois
- 1 avis favorable pour le RLPi en l'état
- 1 abstention
- 1 avis défavorable

Les membres de la CDNPS émettent un **avis favorable** sous réserve de prendre en compte les points relevés par Mr Dubois.

Le président de la CDNPS

Thierry DUTILLEUL