

Lille, le 25.06.2020

Service Études, Planification et Analyses Territoriales  
Affaire suivie par : Nicolas BOULET  
Tél. : 03 28 03 86 20  
nicolas.boulet@nord.gouv.fr

Le responsable du service  
Études, Planification et Analyses Territoriales

à

M. le Président  
de la Communauté Urbaine de Dunkerque

**Objet :Élaboration du règlement local de publicité intercommunal – Porter à connaissance de l'État  
PJ :1**

Par délibération en date du 19 décembre 2019, la communauté urbaine de Dunkerque a engagé l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal.

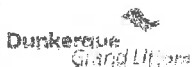
Afin de répondre aux dispositions de l'article R132-1 du code de l'urbanisme, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint le « porter à connaissance » de l'État.

Les services de la DDTM, et notamment ceux du Service Territorial Flandre-Lys, sont à votre disposition afin de vous accompagner dans cette procédure.

Thibault VANDENBESSELAER



DVM	DSM	DD
DCE	DETE	DI
CM	DHA	DFPAU
AL	SP	BD

N° 5460	DATE : 02 JUL. 2020	
		
Président	DS	SCN
Dir. Cab	DSVE	NDT
Agenda	DCP	SCAU
Elus	DGACT	Autres

Adresse : 62 Boulevard de Belfort, CS 90007 - 59042 LILLE Cedex  
Tél. : 03 28 03 83 xx

Horaires d'ouverture et modalités d'accueil sur : [www.nord.gouv.fr](http://www.nord.gouv.fr)

Suivez-nous sur : [facebook.com/prefetnord](https://facebook.com/prefetnord) - [twitter.com/prefet59](https://twitter.com/prefet59) - [linkedin.com/company/prefethdf/](https://linkedin.com/company/prefethdf/)





**PRÉFET  
DU NORD**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**Direction départementale  
des territoires et de la mer**

**ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (INTER)COMMUNAL  
DE LA COMMUNAUTÉ URBAINE DE DUNKERQUE  
Prescrite par la délibération du 19 décembre 2019**

**PORTER A CONNAISSANCE DE L'ÉTAT**

**Article L.101-2, L.132-2 et R.132-1 du code de l'urbanisme**

## SOMMAIRE

<b>1- Préambule.....</b>	<b>3</b>
<b>2- Cadre réglementaire de la démarche Règlement Local de Publicité (RLP).....</b>	<b>3</b>
2.1 Objet des RLP.....	3
2.2 Les documents constitutifs du RLP.....	4
<b>3- Procédure d'élaboration ou de révision.....</b>	<b>5</b>
3.1 Procédure d'élaboration.....	5
3.2 Concertation et association.....	8
3.3 Le rôle du Porter à Connaissance.....	9
<b>4- La législation applicable en matière de publicité.....</b>	<b>10</b>
4-1 Rappels.....	10
4-2 Adaptation des règles nationales aux centres commerciaux.....	10
4-3 Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales.....	11
4-4 Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLPi.....	11
4-5 Dispositions applicables à la publicité lumineuse.....	11
4-6 L'affichage d'opinion et la publicité relative aux besoins des associations.....	12
<b>5- Situation de l'EPCI à l'égard de la publicité et des enseignes.....</b>	<b>12</b>
5-1 En fonction de la population.....	12
5-2 Notion d'agglomération.....	14
5-3 Protections particulières.....	14
5-4 Protections de l'environnement.....	16
5-5 Servitudes d'utilité publique (SUP).....	16
5-6 Voies à grande circulation.....	16
5-7 Gares ferroviaires et aéroports situés hors agglomérations.....	17
5-8 Adéquation avec les documents d'urbanisme couvrant le territoire de l'EPCI.....	17
5-9 Continuité avec les RLP en vigueur.....	18
<b>6- La mise en œuvre du règlement local de publicité.....</b>	<b>18</b>
6-1 Date d'application du règlement local de publicité.....	18
6-2 Evolution du règlement local de publicité.....	18

## 1- Préambule

La commune de Dunkerque est la seule de la communauté urbaine de Dunkerque à être dotée d'un règlement local de publicité.

À travers l'élaboration de ce document, la CUD cherche à faire adhérer l'ensemble des communes de son territoire à un projet commun cohérent, à affirmer les diverses entités paysagères de l'agglomération, à assurer la protection des centre-villes et des centre-bourgs, à trouver un équilibre entre développement économique et protection du cadre de vie et à garantir la cohérence des dispositions qui seront prises en matière de publicité avec le plan local d'urbanisme intercommunal en cours d'élaboration.

Le règlement national issu de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle 2 », a induit une réforme importante de la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes. Elle est entrée en vigueur le 1er juillet 2012 et son objectif majeur est :

- de lutter contre les nuisances visuelles ;
- de réduire les consommations énergétiques ;
- de concilier la protection du cadre de vie des habitants et
- la volonté des acteurs économiques d'être le plus visible possible.

La nouvelle réglementation apporte un cadre plus restrictif aux dispositifs publicitaires tout en permettant le développement de nouveaux supports de publicité (écrans numériques). Elle simplifie et clarifie leur régime d'autorisation et redéfinit les compétences en matière d'instruction et de police de l'affichage entre l'État et les communes. Enfin, elle instaure de nouvelles règles pour l'élaboration des documents de planification de l'affichage publicitaire dans les communes (RLP : règlement local de publicité).

La loi dite « Grenelle 2 » autorise l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme à élaborer un règlement local de publicité adaptant les dispositions prévues par le code de l'environnement.

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification des règlements locaux de publicité, dans de simplification et d'intégration de la publicité dans l'approche plus globale de l'aménagement de la ville, est désormais calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Un Porter à Connaissance, comportant l'essentiel des informations juridiques et techniques nécessaires à l'élaboration du règlement, doit donc être réalisé par les services de l'État, afin d'informer la collectivité des réglementations existantes.

Les dispositions réglementaires suivantes sont à prendre en compte lors de la rédaction du règlement local de publicité qui adaptera, de façon plus restrictive aux circonstances locales, les règles du code de l'environnement en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes ; les autres dispositions réglementaires en vigueur s'appliquant complémentirement à celles du RLPi.

Le décret du Conseil d'État n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 en matière de publicité.

## 2- Cadre réglementaire de la démarche Règlement Local de Publicité (RLP)

### 2.1 Objet des RLP

Le règlement local de publicité (RLP) est un document stratégique et opérationnel qui permet l'adaptation des règles du Code de l'Environnement (CE) en matière de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes de manière plus restrictive. C'est un document public, faisant l'objet d'une concertation avec la population locale,

et opposable aux tiers après enquête publique. Le RLP est un document d'urbanisme annexé au PLU de la commune ou de l'EPCI.

Certaines dispositions nationales peuvent apparaître insuffisantes ou inadaptées aux spécificités locales d'un territoire. Aussi, l'adaptation d'un règlement local de publicité permet, à partir de son volet diagnostic, d'identifier la sensibilité paysagère des différents sites d'un territoire et ainsi d'adapter la réglementation à ces caractéristiques.

Le RLP permet l'adaptation des dispositions prévues à l'article L.581-9 du CE ainsi que le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-1 et suivants et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8 du CE.

Il soumet la pose de toutes les enseignes à autorisation sur l'ensemble du territoire intercommunal.

## 2.2 Les documents constitutifs du RLP

Le règlement local de publicité intercommunal, élaboré sur l'ensemble du territoire de l'EPCI, définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le décret en Conseil d'État n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité. Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R.581-72 du CE).

- Le Diagnostic

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier sur l'ensemble du territoire de l'agglomération si certains de ces dispositifs ne sont pas irréguliers par rapport aux règles nationales. Si un RLP est actuellement en vigueur il convient de vérifier les dispositifs par rapport aux dispositions de ce règlement.

Ce diagnostic devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et pré-enseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé, et sous quel délai.

**Le Diagnostic :**

- dresse un état des lieux du paysage vis-à-vis de l'affichage publicitaire, des enseignes et préenseignes, de la publicité ;
- recense les enjeux architecturaux et paysagers ;
- identifie les spécificités des différents secteurs, ceux à enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire nécessitant une réflexion sur l'avenir souhaité ;
- analyse les anomalies paysagères ;
- identifie les critères de pollution visuelle ;
- met en évidence les conformités ou non avec la réglementation des dispositifs présentant des situations critiques ;
- propose des pistes d'actions pour traiter des thématiques clés ( par exemple : la mise en place d'une signalisation d'intérêt locale ou SIL).

- Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur le diagnostic. Il définit les orientations et objectifs de l'EPCI en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (article R.581-73 du CE).

- Le règlement et le document graphique

Ces documents fixent les règles générales applicables aux publicités, aux pré-enseignes et aux enseignes sur tout le territoire communautaire.

Ceux-ci :

- délimitent les zones en fonction de leur intérêt paysager et/ou architectural ;
- délimitent, le cas échéant les lieux dans lesquels la publicité pourrait être réintroduite (possibilité accordée par l'article L.581-8 du CE)
- fixent les règles applicables aux publicités, aux pré-enseignes et aux enseignes à l'intérieur de chacune des zones.

### **Préalable à l'élaboration du règlement**

#### **Limites d'agglomération**

Les limites d'agglomération ayant des effets déterminant en matière de publicité, il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, et à la rectification de celui-ci le cas échéant. Les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire en application de l'article R.411-2 du code de la route.

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui la traverse ou qui la borde (article R.110-2 du code la route).

En pratique, c'est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, situés de part et d'autre d'une voie.

**Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au règlement local de publicité (article R.581-78 du CE).**

## **3- Procédure d'élaboration ou de révision**

La procédure d'élaboration ou de révision d'un RLPi est conduite à l'initiative et sous la responsabilité de l'Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) compétent en la matière de Plan Local d'Urbanisme et document d'urbanisme en tenant lieu et Carte Communale.

Les étapes de la procédure sont précisées aux articles L.153-1, L.153-2 et L.153-11 et suivants du code de l'urbanisme.

### **3.1 Procédure d'élaboration**

En application de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies aux articles L.153-1 et suivants, R.153-1 et suivants du code de l'urbanisme (CU). Il n'existe pas de procédure de modification simplifiée pour les RLP.

Le conseil de la communauté d'agglomération arrête les modalités de collaboration intercommunale après avoir réuni une conférence intercommunale rassemblant à l'initiative de son président, l'ensemble des maires des communes membres (article L.153-8 du CU).

La délibération qui prescrit l'élaboration du règlement local de publicité en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation. Cette délibération est notifiée :

- au préfet,
- au président du conseil départemental,
- au président de l'établissement public en matière de SCoT,
- au président de l'autorité compétente en matière de transports urbains,
- au président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- à la chambre de commerce et d'industrie,
- à la chambre des métiers,
- à la chambre d'agriculture.

La délibération qui prescrit l'élaboration ou la révision du règlement local de publicité et définit les modalités de la concertation est affichée pendant un mois à au siège de la CUD et dans les mairies des communes appartenant à la CUD. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

Le président de la CUD conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal. A son initiative, ou à la demande du préfet, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité intercommunal. Les personnes publiques associées, les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCoT sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité.

Le président de la CUD peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement.

Le conseil de l'EPCI tire le bilan de la concertation et arrête le projet de règlement et arrête le projet de règlement local de publicité intercommunal. Celui-ci est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration, à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) réunie dans sa formation dite « de la publicité » ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés.

Ces personnes et cette commission donnent un avis dans les limites de leurs compétences propres, au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement ; à défaut, ces avis sont réputés favorables.

Le projet de règlement local de publicité est soumis à enquête publique comprenant en annexe, les avis des personnes publiques consultées.

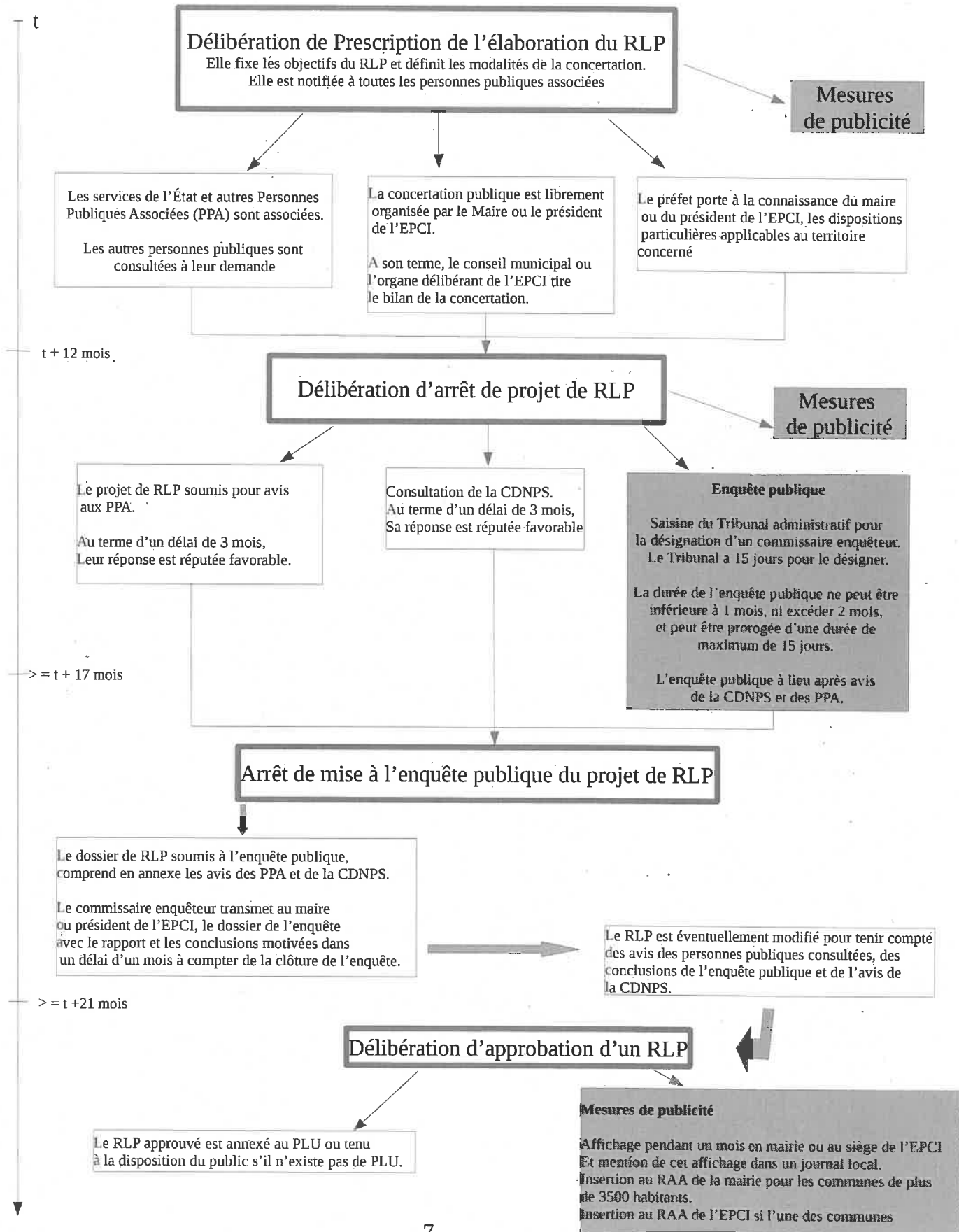
Après enquête publique, le règlement local de publicité intercommunal, éventuellement modifié, est approuvé par délibération du conseil de la CUD. La délibération qui approuve, modifie, révisé ou abroge un règlement local de publicité, est affichée pendant un mois au siège de la CUD et dans les mairies des communes de l'EPCI. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité intercommunal et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme intercommunal peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.



## Synthèse de l'élaboration d'un règlement local de publicité

### Délais Indicatifs



## 3.2 Concertation et association

### - La concertation

La concertation a pour vocation de favoriser le débat public en informant et en recueillant l'avis de tous au stade des études. Elle doit permettre aux décideurs de fixer à terme et à bon escient les principales orientations du RLPi.

Conformément aux articles L.103-2 et L.300-2 du code de l'urbanisme, le conseil de la CUD est tenu d'organiser la concertation en continu tout au long de la phase d'élaboration du projet de RLPi. Cette concertation doit associer obligatoirement les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

Si l'organe délibérant de la collectivité est libre de choisir les modalités de la concertation selon le code de l'urbanisme, il doit cependant les proportionner à l'importance du projet et à la population concernée. Les modalités peuvent prendre la forme d'une ou plusieurs réunions publiques, d'informations dans les bulletins ou journaux municipaux, dans la presse, en mairie, sur des sites internet.

La concertation se démarque de l'enquête publique, cette dernière n'offrant une possibilité d'expression qu'après l'arrêt du projet.

La concertation est encadrée par deux délibérations :

- l'une fixant les modalités de la concertation ;
- l'autre en tirant le bilan.

Conformément à l'article L.300-2 du code de l'urbanisme, les modalités définies dans la première délibération devront être respectées au cours de l'élaboration, sous peine de fragiliser l'ensemble de la procédure.

### - L'association et la consultation

L'association et les consultations prévues par le code de l'urbanisme durant la phase d'élaboration du projet visent à faciliter le dialogue et la concertation entre la CUD, et les « personnes publiques » et certains acteurs.

#### - Les « personnes publiques associées »

Ces acteurs ont un statut particulier au cours de l'association. Les personnes publiques associées (PPA) reçoivent la notification de la première délibération prescrivant l'élaboration du RLP et le projet arrêté pour avis. Leur avis est annexé au dossier soumis à l'enquête publique.

Les PPA sont l'État (le Préfet associe et relaie à l'ensemble des services déconcentrés de l'État), le Conseil Régional, le Conseil Départemental, les autorités organisatrices des transports urbains dans le périmètre des transports urbains ( article L.1231-1 du code des transports), l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat, l'établissement public chargé de l'élaboration, de la gestion et de l'approbation du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT), les chambres consulaires, les EPCI concernés et limitrophes.

Les modalités de l'association sont laissées à la discrétion du Président de l'EPCI, dès lors qu'elles permettent une association effective.

La tenue d'une réunion des PPA au minimum est obligatoire.

#### - Les « consultations et le recueil des avis à leur demande »

Au cours de l'élaboration du projet de RLP ou lorsque le projet est arrêté, l'EPCI est tenue de consulter et de recueillir l'avis d'autres « personnes publiques » ou associations si elles en font la demande. Il s'agit des

*EPCI voisins, des associations locales d'usagers agréées et autres associations agréées de protection de l'environnement (L.141-1 du code de l'environnement), des communes voisines, des EPCI directement intéressés et des communes limitrophes.*

Le président de la CUD peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

### **3.3 Le rôle du Porter à Connaissance**

Selon les termes de la loi (article L.132-2 du code de l'urbanisme), le Porter à Connaissance (PàC) constitue l'acte par lequel le Préfet porte à la connaissance de la collectivité les informations nécessaires à l'exercice de ses compétences en matière d'urbanisme et par extension en matière de préservation du cadre de vie par la réglementation sur la publicité.

Conformément à l'article R.132-1 du code l'urbanisme (CU), le PàC rassemble et met en évidence les informations techniques et juridiques connues des services de l'État intéressant le territoire concerné. Il s'agit d'une opération d'information à caractère continu qui peut être enrichie à tout moment par de nouveaux éléments.

Le PàC n'a pas pour objet de rappeler l'exhaustivité de la législation.

Le PàC doit être tenu à disposition du public et peut être en tout ou partie annexé au dossier d'enquête publique.

## **4- La législation applicable en matière de publicité**

### **4-1 Rappels**

Code l'environnement : articles L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88

Code de la route : articles R.418-1 à R.418-9, R.110-2 complété par :

- arrêté ministériel du 17 janvier 1983 (conditions d'implantation hors agglomération des enseignes et pré-enseignes)
- arrêté ministériel du 30 août 1977 (conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro-réfléchissants)
- arrêté du 11 février 2008 (SIL) modifiant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation

Code général des collectivités territoriales : article L.2213-6 (occupation du domaine public)

Code de la voirie routière : article L.113-2 (permission de voirie et permis de stationnement)

Code des transports : article L.2242-4

Les dispositifs de publicité ne doivent constituer aucun danger pour la circulation des trains.

Code de l'urbanisme : articles L.111-6 à L.111-11

Les publicités, enseignes et autres pré-enseignes entrent potentiellement dans le champs des autorisations d'urbanisme dès lors qu'elles ne relèvent pas d'une autorisation au titre du code de l'environnement (article R.425-29 du code de l'urbanisme).

Règlement de voirie départementale de décembre 2014

Décrets n°2006-1657 et n°2006-1658 du 21 décembre 2006 et et arrêté du 15 janvier 2007 (accessibilité de la voirie aux Personnes à Mobilité Réduite)

Code du patrimoine titre II du livre VI (partie législative et partie réglementaire); classement et inscription des monuments historiques ; articles L.621-29-8 et R.621-86 à R.621-91 autorisant la publicité sur bache d'échafaudage sur monument historiques

### **4-2 Adaptation des règles nationales aux centres commerciaux**

Le règlement local de publicité peut autoriser, sur le fondement de l'article L.581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toutes habitations situés hors agglomération. Il délimite alors le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Ils sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (article R.581-77 du code de l'environnement).

### **4-3 Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales**

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à déterminer les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles distinctes de densité et d'harmonisation pour les publicités, en fonction du contexte urbain local et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés.

Un document graphique des zones ainsi instituées sera réalisé et devra être joint au règlement local de publicité intercommunal (article R.581-78 du code de l'environnement (CE)).

Il conviendra d'édicter des règles simples et pouvant facilement être mises en œuvre. En particulier, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. : 5 m<sup>2</sup>).

La règle de densité (article R.581-25 du CE) peut être adaptée afin de limiter l'impact visuel des publicités, notamment au niveau des entrées de ville.

Le règlement local de publicité devra également édicter des règles concernant les nuisances lumineuses et la limitation des consommations d'énergie, en particulier définir les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses selon les zones qu'il identifie (article R.581-75 du CE).

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L.581-18 du CE). Dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.

### **4-4 Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLPI**

#### **- Sur les palissades de chantier**

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur installation a donné lieu à autorisation de voirie.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celle-ci est implantée dans les lieux visés aux 1° et 2° de l'article L.581-8 du CE.

#### **- Publicité effectuée en exécution d'une décision particulière**

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50 m<sup>2</sup>.

### **4-5 Dispositions applicables à la publicité lumineuse**

La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 100 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Le mobilier urbains supportant de la publicité numérique est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

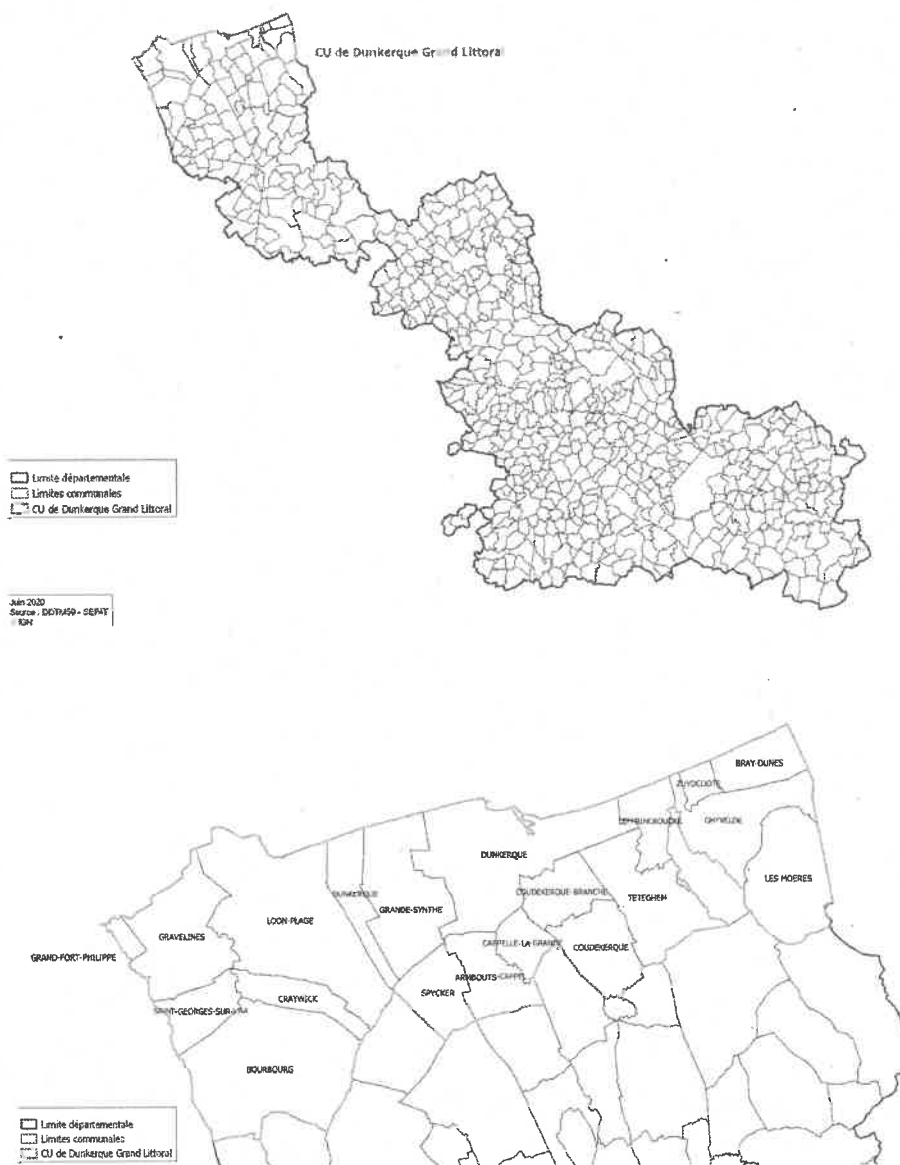
Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h00 et 6h00, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

## 4-6 L'affichage d'opinion et la publicité relative aux besoins des associations

En application de l'article L.581-13 du code de l'environnement, le président de la CUD détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

## 5- Situation de l'EPCI à l'égard de la publicité et des enseignes

### 5-1 En fonction de la population



La communauté urbaine de Dunkerque est composée de 17 communes : Dunkerque, Armbouts-Cappel, Bourbourg, Bray-Dunes, Cappelle-la-Grande, Coudekerque-Branche, Craywick, Ghyvelde, Grande-Synthe, Grand-Fort-Philippe, Gravelines, Leffrinckoucke, Loon-Plage, Saint-Georges-sur-l'Aa, Spycker, Tétéghem-Coudekerque-Village, Zuydcoote.

L'unité urbaine de Dunkerque est composée de 9 communes : Dunkerque, Cappelle-la-Grande, Coudekerque-Branche, Grande-Synthe, Grand-Fort-Philippe, Gravelines, Leffrinckoucke, Loon-Plage, Tétéghem-Coudekerque-Village.

Commune	Population
Dunkerque	88667
Armbouts-Cappel	2329
Bourbourg	7151
Bray-Dunes	4527
Cappelle-la-Grande	7973
Coudekerque-Branche	21428
Craywick	700
Ghyvelde	4254
Grande-Synthe	23157
Grand-Fort-Philippe	5095
Gravelines	11386
Leffrinckoucke	4358
Loon-Plage	6269
Saint-Georges-sur-l'Aa	315
Spycker	1834
Tétéghem-Coudekerque-Village	8592
Zuydcoote	1736

Source : INSEE – populations légales des communes en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2020

La réglementation générale distingue les communes de 10 000 habitants.

Selon le recensement de la population évoqué ci-avant, les communes de Dunkerque, Coudekerque-Branche, Grande-Synthe, Gravelines comptent une population municipale supérieure à 10 000 habitants.

#### → Communes de plus de 10 000 habitants

Dans les parties agglomérées du territoire de ces communes :

- Les publicités admises sont des dispositifs d'une surface maximale de 12 m<sup>2</sup> (8 m<sup>2</sup> pour les publicités lumineuses), soit installés sur des bâtiments, murs ou clôture, soit scellés au sol ou installés directement sur le sol, dans le respect des conditions fixées par les articles :
  - R.581-22 à 33 (publicité non lumineuse),
  - R.581-34 à 41 (publicité lumineuse),
  - R.581-30 à 33 (dispositifs publicitaires scellés au sol),
  - R.581-42 à 47 (mobilier urbain)

De plus, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des règles de densité maximale définies à l'article R.581-25 du code de l'environnement.

- Les pré-enseignes admises sont apposées sur des murs ou clôtures, dans les mêmes conditions que la publicité.
- Les enseignes sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, définies par les articles R.581-58 à 65 du code de l'environnement. Les enseignes scellées au sol sont limitées à 12 m<sup>2</sup> de surface unitaire.

#### → **Communes de moins de 10 000 habitants**

- Les publicités admises sont des dispositifs non lumineux d'une surface maximale de 4 m<sup>2</sup> installés sur des murs ou clôtures, dans le respect des conditions fixées par les articles : R.581-22 à 33 (publicité non lumineuse), R.581-42 à 47 (mobilier urbain).

De plus, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des règles de densité maximale définies à l'article R.581-25 du code de l'environnement.

- Les pré-enseignes admises sont soit apposées sur des bâtiments, murs ou clôture, soit scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les mêmes conditions que la publicité.

- Les enseignes sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, définies par les articles R.581-58 à 65 du code de l'environnement. Les enseignes scellées au sol sont limitées à 6 m<sup>2</sup> de surface unitaire.

## **5-2 Notion d'agglomération**

En dehors des parties agglomérées, définies par l'article R.110-2 du code de la route comme « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le bord » :

- Toute publicité est interdite (article L.581-7 du CE).
- Des pré-enseignes peuvent, sous certaines conditions (de dimensions, de nombre et distance notamment), être installées au bénéfice de deux catégories d'activités limitativement définies :
  - « les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite »,
  - « à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du CE » (articles L.581-19, R.581-66 et 67 du CE).
- Les enseignes sont soumises au règlement national des enseignes (articles R.581-58 à 65 du CE).

## **5-3 Protections particulières**

### **- Les sites sensibles décrits à l'article L.581-4 du code de l'environnement :**

Le règlement local de publicité ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-4-I et II du code de l'environnement qui stipule que toute publicité est interdite :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- sur les arbres ;
- sur les immeubles qui, avant la prescription du RLP, auraient été identifiés comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque par arrêté du maire après avis de la commission départementale compétente en matière de site.



**- Les sites sensibles décrits à l'article L.581-8 du code de l'environnement :**

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-8-1 du code de l'environnement, laquelle interdiction s'applique aux dispositifs situés dans les agglomérations :

- dans les sites inscrits à l'inventaire ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire.

**- Monuments historiques classés**

Sur le monument, la publicité est interdite (article L.581-4 1° du CE) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

À moins de 100 mètres et en covisibilité de cet édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale.

L'installation ou la modification des enseignes sont soumises à autorisation (article L.581-18 du CE) après accord de l'Architecte des Bâtiments de France lorsqu'elles sont envisagées sur l'immeuble ou dans son champ de visibilité (article R.581-16 du CE).

**- Monuments historiques inscrits à l'inventaire**

Sur le monument, la publicité est interdite (article L.581-4 2° du CE) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

A moins de 100 mètres et en covisibilité de cet édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale. L'installation ou la modification des enseignes est soumise à autorisation (article L.581-18 du CE).

**- Site classé**

Dans le site classé, la publicité est interdite (article L.581-4 2° du CE) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

L'installation ou la modification des enseignes est soumise à autorisation (article L.581-18 du CE) après accord du Préfet de Région (article R.581-16 du CE).

**- Site inscrit**

Dans un site inscrit, la publicité est interdite (article L.581-8 4° du CE) mais il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale.

L'installation ou la modification des enseignes est soumise à autorisation (article L.581-18 du CE).

**- Abords de monuments historiques**

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite (article L.581-18 du CE).

Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine, il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L.581-14 du code de l'environnement.

**- Site patrimonial remarquable**

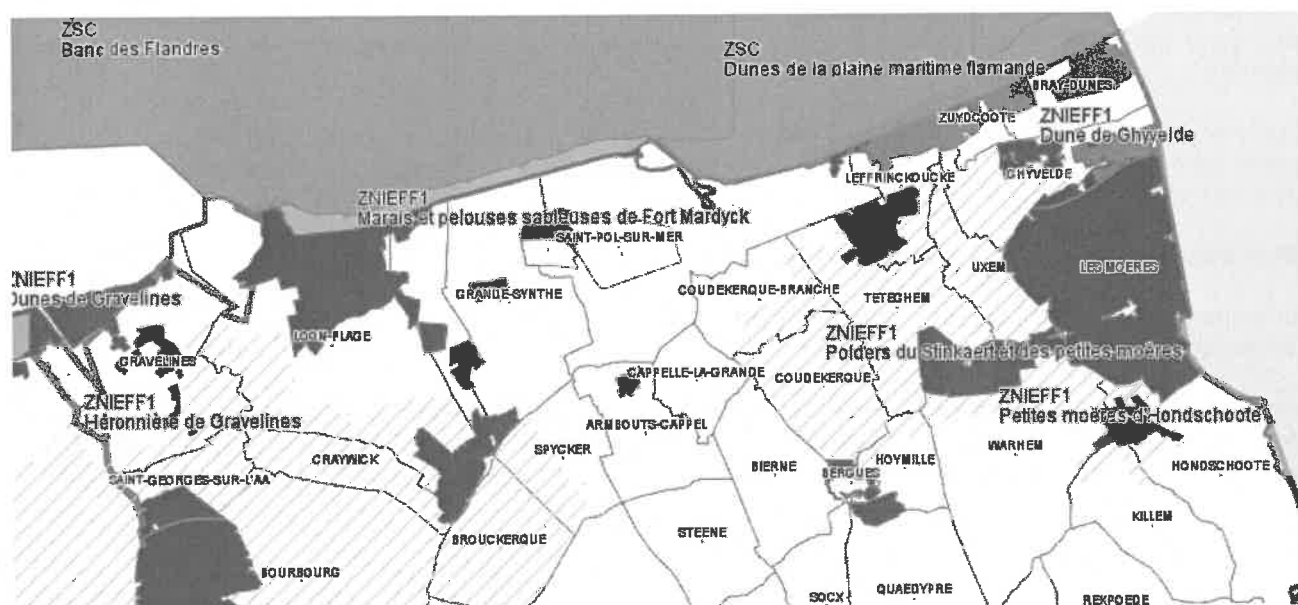
A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite (article L.581-8 du CE).

Aux abords des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du code du patrimoine, il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L.581-14 du code de l'environnement.

## 5-4 Protections de l'environnement

Le code de l'environnement définit des zones d'interdiction de la publicité en lien avec la protection de l'environnement en l'occurrence les sites classés et les réserves naturelles nationales ( article L.584-4 du CE), les zones de protection spéciale et les zones spéciales de conservation désignées sous l'appellation commune de sites Natura 2000 (article L.581-8 du CE).

Ces zonages établis en matière de protection de l'environnement sont présentés sur la carte ci-dessous.



## 5-5 Servitudes d'utilité publique (SUP)

La liste des Servitudes d'utilité publique de la CUD à prendre en compte dans le RLPi est celle adressée dans le « porter à connaissance » du PLUi.

## 5-6 Voies à grande circulation

Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol, interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, sont interdits également dans les autres communes si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi qu'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (article R.581-31 du CE).

Selon les dispositions de l'article R.418-7 du code de la route, en ce qui concerne l'autoroute A16 et A25, la publicité et les enseignes publicitaires et les pré-enseignes visibles de l'autoroute sont interdites de part et d'autre de celle-ci en agglomération, sur la largeur de 40 mètres mesurée à partir de l'extérieur de chaque chaussée et hors agglomération, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

D'après le décret n°2009-615 du 3 juin 2009 modifié, fixant la liste des routes classées à grande circulation, la route nationale n°316 et les routes départementales n°601,625 et 635 sont classées routes à grande circulation.

La Direction Interdépartementale des Routes Nord assure l'entretien et l'exploitation des autoroutes A16 et A25 sur le territoire de la CUD.

En référence au code de l'urbanisme et de l'environnement et au regard du domaine de gestion de la DIR Nord, il s'impose d'appliquer les textes et règlements en matière de publicité, notamment la distance de recul aux abords du domaine routier National.

#### **Enjeux du RLPi en matière de servitudes**

Le domaine de l'affichage publicitaire a évolué, on constate une progression générale de la pression publicitaire dans les agglomérations et notamment aux entrées de ville.

Les enjeux du RLPi sont notamment, de garantir la qualité architecturale des zones en co-visibilité avec les monuments historiques classés et inscrits des communes de la CUD, la préservation des sites protégés au titre de protection de l'environnement et d'apporter une attention particulière permettant d'assurer l'amélioration de la qualité paysagère des entrées de ville notamment dans les zones commerciales.

L'objectif est que le futur règlement assure à l'échelle intercommunale, un équilibre entre le droit à la diffusion par les acteurs économiques et la protection du cadre de vie et des paysages.

### **5-7 Gares ferroviaires et aéroports situés hors agglomérations**

Conformément aux dispositions de l'article L.581-7 du CE, la publicité est autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'État.

### **5-8 Adéquation avec les documents d'urbanisme couvrant le territoire de l'EPCI**

Le RLPi sera élaboré en adéquation avec l'ensemble des documents et enjeux stratégiques du territoire :

#### **Le Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT)**

Le SCoT Flandre-Dunkerque a été approuvé le 13 juillet 2007 et est en cours de révision.

Le projet d'aménagement et de développement durable du futur SCoT prévoit de s'appuyer sur le paysage, la biodiversité et le patrimoine pour développer une nouvelle attractivité du territoire. Ainsi, le document d'orientations et d'objectifs appelle à la poursuite de la mise en œuvre des entrées de ville.

Bien que la révision du SCoT ne soit pas encore approuvée, il convient que le RLPi anticipe les objectifs sus-mentionnés.

#### **Les Plans locaux d'urbanisme communaux et intercommunaux**

Le territoire de la CUD est actuellement couvert par un PLU communal, celui de Ghyvelde approuvé le 15/10/15, par un plan d'occupation des sols, celui de Spycker approuvé le 26/09/95 et par un PLUi couvrant l'ensemble des autres communes.

Un PLUi couvrant l'ensemble du territoire de la CUD est en cours d'élaboration.

### **- Adéquation avec les objectifs du ou des PLUi**

Le diagnostic du RLPi devra comporter des éléments faisant écho aux enjeux d'aménagement et d'urbanisme de la CUD en termes de paysage et de patrimoine développés dans le PLUi en cours.

Le RLPi devra se conformer à l'interdiction, en agglomération, des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, dans les espaces et zones protégés dans le PLU(i) (article R.581-30 du CE) :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt, notamment du point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur le plan local d'urbanisme.

Le cas échéant, les éléments recensés dans le cadre du PLUi au titre de l'article .151-19 du code de l'urbanisme (éléments de paysage, quartiers, îlots, immeubles, espaces publics, monuments, sites et secteurs à protéger...) devront être préservés de toute publicité.

### **5-9 Continuité avec les RLP en vigueur**

La communes de Dunkerque est dotée d'un règlement local de publicité dont l'application cessera lors de l'entrée en vigueur du RLPi de la CUD.

## **6- La mise en œuvre du règlement local de publicité**

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Il est tenu, en mairie, à la disposition du public.

Outre les formalités de publication prévues aux articles R.153-20 et R.153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale (article R.581-79 du code de l'environnement).

### **6-1 Date d'application du règlement local de publicité**

Dès les formalités de publication accomplies, les dispositions de du règlement local de publicité sont applicables aux nouveaux dispositifs à mettre en place.

Les enseignes qui ont été mises en place avant l'entrée en vigueur du règlement local de publicité et qui ne sont pas conformes à ses prescriptions peuvent, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être maintenues pendant un délai maximal de six ans à compter de l'entrée en vigueur des actes précités.

Pour les publicités et les pré-enseignes, ce délai a été ramené à deux ans ( article R.581-88 du code de l'environnement).

### **6-2 Evolution du règlement local de publicité**

Tout comme le plan local d'urbanisme, le règlement local de publicité peut évoluer par diverses procédures, de la simple mise à jour quand il convient de modifier les annexes du document, à la modification qui est la procédure de droit commun d'adaptation du règlement, voire la révision dans le cadre d'une refonte complète du document.