



## Rapport d'enquête publique

<b><u>Dates de l'enquête</u></b>	<b>Enquête publique ouverte au public :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ du mercredi 19 octobre 2022</li><li>○ au vendredi 18 novembre 2022.</li></ul>
<b><u>Objet de l'enquête</u></b>	<b>Projet d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la communauté urbaine de Dunkerque</b>
<b><u>Commissaire enquêteur</u></b>	<b>Mme Myriam DUCHENE</b>

## Sommaire

1	Objet de l'enquête, cadre légal et juridique.....	4
2	Résumé du dossier .....	4
2.1	Rapport de présentation .....	5
2.1.1	Introduction.....	5
2.1.2	Procédure d'élaboration .....	5
2.1.3	Le territoire.....	8
2.1.4	Dispositions réglementaires .....	8
2.1.5	Le diagnostic.....	13
2.1.6	Les orientations .....	15
2.1.7	Explication des choix .....	16
2.2	Le Règlement local de publicité intercommunale.....	17
2.2.1	Publicité.....	17
2.2.2	Enseignes.....	18
2.3	Bilan de la concertation.....	19
2.3.1	Contexte réglementaire et objectifs de l'élaboration du RLPi .....	19
2.3.2	Collaboration mise en œuvre entre la communauté urbaine et les communes membres .	20
2.3.3	Modalités de concertation .....	20
2.3.4	Concertation mise en œuvre.....	21
2.3.5	Bilan de la concertation.....	23
3	Concertation avec les personnes publiques et organismes associés.....	24
4	Organisation et déroulement de l'enquête.....	26
4.1	Désignation du Commissaire enquêteur .....	26
4.2	Préparation de l'enquête .....	26
4.3	Modalités de l'enquête .....	26
4.4	Composition du dossier d'enquête .....	27
4.5	Information du public.....	27
4.6	Climat de l'enquête .....	28
5	Contribution publique .....	29
6	PV de synthèse et mémoire en réponse .....	31
6.1	PV de synthèse .....	31
6.2	Mémoire en réponse.....	36

7 Conclusion du rapport.....	43
8 Annexes .....	45

## 1 Objet de l'enquête, cadre légal et juridique

La commune de Dunkerque disposait d'un règlement local de publicité (RLP), concernant uniquement la commune, depuis avril 2010. La nouvelle loi Engagement National pour l'Environnement « Grenelle II » demande que les RLP soient modifiés dans les 10 ans de leur adoption. Ce délai a été ensuite prolongé de deux ans. Le RLP de Dunkerque est donc devenu caduc en juillet 2022, ce qui signifie que le Règlement national de publicité, assez peu contraignant, s'appliquerait si un RLPi n'était pas en projet. Cela a été l'opportunité pour la Communauté urbaine Dunkerque Grand Littoral pour proposer aux élus des communes membres d'adopter ensemble un règlement local de la publicité intercommunal (RLPi) qui uniformise les pratiques dans toute l'agglomération.

En application de la loi Engagement National pour l'Environnement et du décret du 30 janvier 2012, la Communauté Urbaine de Dunkerque est compétente pour élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur son territoire, conformément à l'article L 581-14 du code de l'environnement. Par délibération du conseil communautaire en date du 19 décembre 2019, la Communauté Urbaine de Dunkerque a prescrit l'élaboration de son Règlement Local de Publicité Intercommunal, en définissant les modalités de la concertation et les objectifs poursuivis.

Par délibération en date du 12 octobre 2021, la Communauté Urbaine de Dunkerque a débattu des orientations du Règlement Local de Publicité intercommunal. Le Conseil communautaire, dans sa délibération du 24 juin 2022 a établi le bilan de la concertation qui a été menée et arrête le projet de RLPi. Il prescrit l'enquête publique dans un arrêté en date du 30 septembre 2022.

Le projet de règlement local de publicité traduit les orientations qui avaient été débattues au Conseil communautaire du 12 octobre 2021 et se déclinant autour des 4 axes suivants :

- Protection du patrimoine naturel et bâti, des paysages et des vues sur la mer, ainsi que des zones non investies par la publicité.
- Réduction de l'impact visuel des publicités et enseignes en vue de l'amélioration du cadre de vie des habitants de l'agglomération.
- Amélioration de l'aspect des devantures et protection des centres villes et des centres bourg, des sites à forte valeur patrimoniale et des espaces urbains en général.
- 4° Limitation de l'impact environnemental des supports lumineux.

Le projet de règlement local de publicité intercommunal a été soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration et à la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites du Nord, conformément aux dispositions des articles L 153-16 du code de l'urbanisme et L 581-14-1 du code de l'environnement, ainsi que, à leur demande, aux communes voisines, aux établissements publics de coopération intercommunale voisins, aux associations de protection de l'environnement agréées et aux associations locales agréées, conformément aux dispositions des articles L 153-17, L 132-12 et L 132-13 du code de l'urbanisme.

## 2 Résumé du dossier

## 2.1 Rapport de présentation

### 2.1.1 Introduction

L'intérêt de disposer d'un RLPi est multiple :

- Eviter la caducité du RLP de Dunkerque comme cela a été explicité ci-dessus.
- Adopter des mesures plus restrictives que les règles nationales
- Et des mesures mieux adaptées au territoire, visant à préserver le cadre de vie et les paysages.

### 2.1.2 Procédure d'élaboration

#### *2.1.2.1 Principales étapes de la procédure*

La procédure est identique à celle du PLUi (plan local d'urbanisme intercommunal) :

- Modalités de collaboration avec les communes pour élaborer le projet définies lors d'une conférence des maires,
- délibération de prescription du RLPi précisant les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation,
- débat sur les orientations du règlement au conseil communautaire puis débat dans les conseils municipaux,
- concertation,
- enquête publique,
- modifications éventuelles du projet en fonction des résultats des avis des personnes publiques associées et du commissaire enquêteur,
- conférence intercommunale pour valider un projet définitif,
- entrée en application immédiate pour les publicités et enseignes déjà implantées.

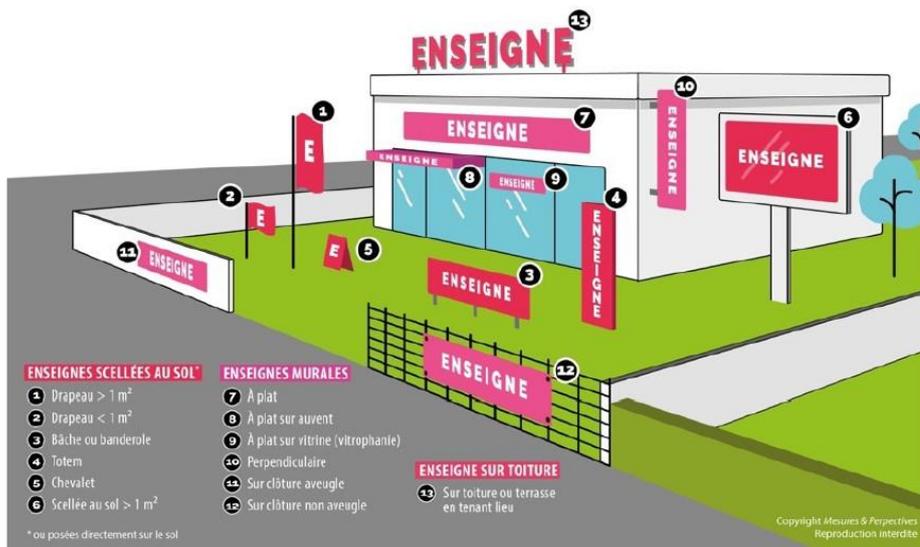
#### *2.1.2.2 Pièces constitutives du dossier*

Le rapport de présentation liste les pièces.

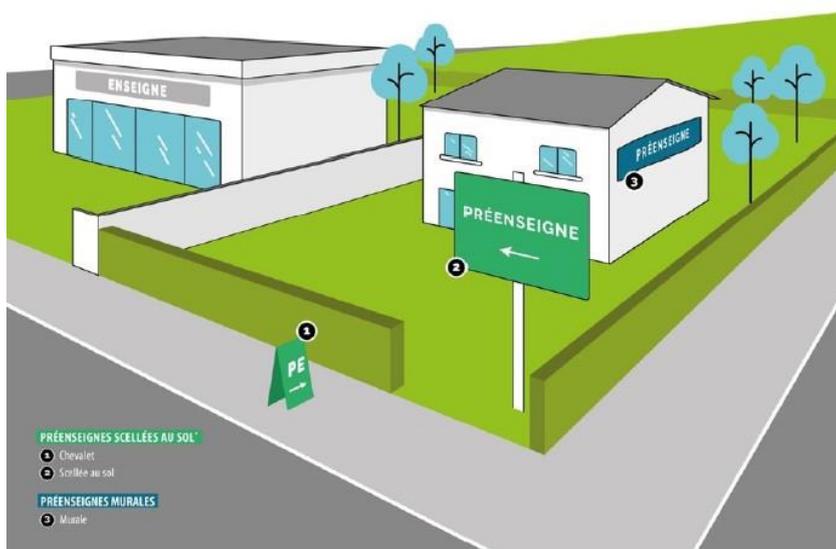
#### *2.1.2.3 Champ d'application matériel*

L'article L581-2 du code de l'Environnement définit les dispositifs concernés par un RLPi : publicités, enseignes et pré-enseignes.

- **Les publicités** : ce sont les inscriptions, formes, images, ... destinées à donner une information ou attirer l'attention du public. Le règlement national de publicité prend en compte toutes les formes : lumineuses, scellées au sol, affichées, sur bâches, sur le mobilier urbain, sur des véhicules. Sur bâches de chantier elles doivent être autorisées par le maire après avis de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). La publicité sur véhicules est limitée en surface et les véhicules ont des contraintes de stationnement. Les publicités de petit format intégrées à une vitrine sont autorisées si elles sont inférieures à 1m<sup>2</sup>.
- **Les enseignes** sont les inscriptions, formes ou images apposées sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elles peuvent être murales, sur toiture ou perpendiculaires à la façade.



- **Les pré-enseignes** sont les inscriptions, formes ou images signalant la proximité d'une activité, souvent avec une indication de direction ou de distance.



- **Les pré-enseignes dérogatoires**, implantées hors agglomération sont soumises à un régime particulier et concernent uniquement l'information de nature touristique et événementielle.

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Fabrication ou vente de produits du terroir	Monopied 1m (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	-

- La réservation d'espaces réservés à **l'affichage d'opinion et associatif** est rendu obligatoire dans chaque commune par l'article L581-13 du code de l'Environnement. Le tableau ci-dessous reprend les surfaces à mettre à disposition dans chaque commune.

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

Sont exclus d'un RLPi les dispositifs régis par le code de la route et ceux qui apportent une information à caractère générale ou un service public à la population.



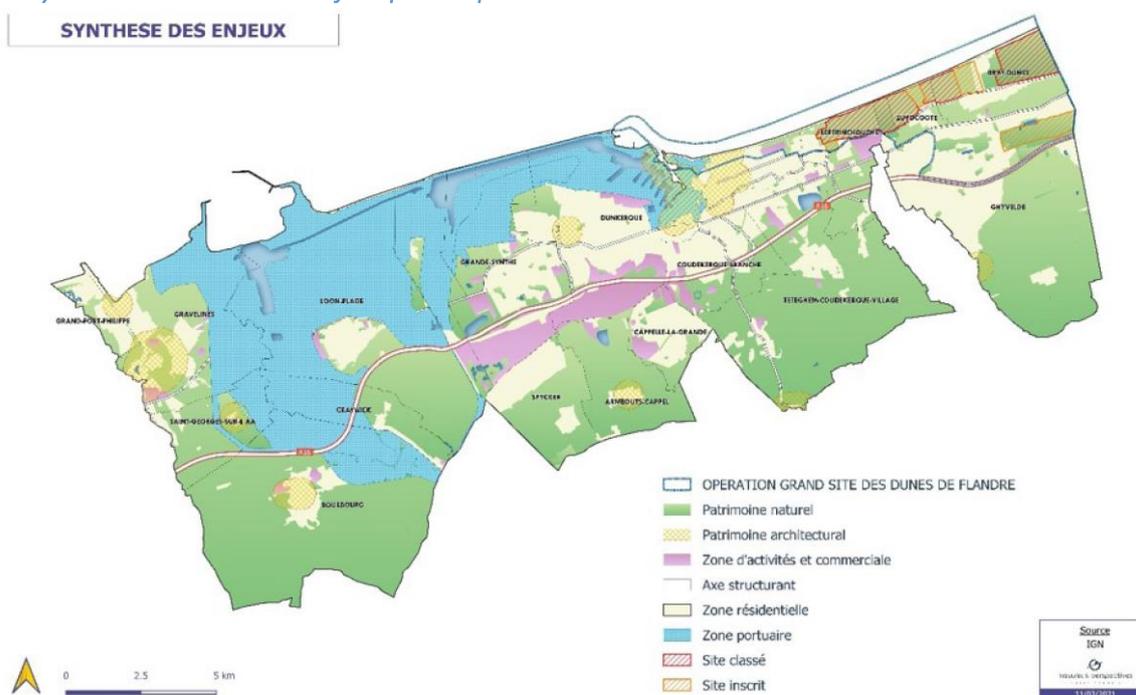
Signalisation d'information locale (SIL) - Gravelines

## 2.1.3 Le territoire

### 2.1.3.1 Caractéristiques territoriales et enjeux pour la publicité extérieure

LA CUD s'étend sur deux types de paysages aux composantes très différentes : le littoral des dunes de la mer du Nord et la plaine maritime. La zone portuaire constitue une autre facette antagoniste des précédentes. Une démarche Plan Paysage lancée en 2017 en co-construction avec les habitants prévoit la protection des paysages. Avec plusieurs sites inscrits, une zone Natura 2000, des réserves naturelles et des espaces et bois classés, le patrimoine naturel est riche et doit être préservé. La démarche Grand Site de France engagée sur les dunes de Flandre maritime pose des exigences particulières. La publicité y est interdite ou fortement contrainte. En matière de patrimoine architectural, la CUD abrite 40 monuments historiques dont 6 classés. La publicité est fortement restreinte dans leur périmètre. Dans les ZAE (zones d'activité économiques) au contraire la publicité a toute sa place. Dans la zone portuaire, la publicité est interdite. Dans les quartiers résidentiels, elle doit être encadrée.

### 1.3.2 Synthèse des secteurs à enjeux pour la publicité extérieure



### Cartographie de la synthèse des enjeux de la CUD

## 2.1.4 Dispositions réglementaires

Diverses réglementations liées à des spécificités de la structure urbaine sont à prendre en compte pour élaborer un RLPi. Les dispositions applicables à la publicité dans les différentes structures urbaines sont reprises dans le Règlement national de la publicité (RNP).

### 2.1.4.1 Champ d'application géographique

La publicité est interdite hors agglomération. Le code de l'Environnement détermine un régime pour la publicité en fonction de la taille de la commune (+ ou – de 10 000 habitants). Des règles particulières existent pour les unités urbaines. Une unité urbaine selon l'INSEE est une commune ou un ensemble

de communes présentant une zone de bâti continu qui compte au moins 2 000 habitants. Le bâti est continu lorsqu'il n'y a pas de zone non-bâtie de plus de 200m entre deux constructions.

Unité urbaine d'appartenance :

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-l'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

#### 2.1.4.2 Notion d'agglomération

Une agglomération selon l'article R110-2 du code de la Route est un espace sur lequel sont bâtis des immeubles rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux. Les limites de l'agglomération sont fixées par le maire et des graphiques ainsi que les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération sont joints au dossier.

#### 2.1.4.3 Disposition du RNP applicables à la publicité

Une instruction du ministère de la Transition Ecologique et Solidaire fixe les surfaces de publicité murale autorisées selon le type de commune :

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 m <sup>2</sup>	Surface maximale 12 m <sup>2</sup>
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-l'Aa	Gravelines
Spycker	Leffrinckoucke
Zuydcoote	Loon-Plage
Téteghem-Coudekerque-Village	

La publicité scellée au sol est également limitée en surface :

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-l'Aa	Gravelines
Spycker	Leffrinckoucke
Zuydcoote	Loon-Plage
Téteghem-Coudekerque-Village	

De même pour la publicité numérique, qui doit être éteinte entre 1h et 6h du matin :

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-l'Aa		
Spycker		
Zuydcoote		
Téteghem-Coudekerque-Village		

Ou la publicité sur mobilier urbain :

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-l'Aa	Gravelines
Spycker	Leffrinckoucke
Zuydcoote	Loon-Plage
Téteghem-Coudekerque-Village	

La publicité sur véhicules terrestres ou sur bâches est encadrée.

Des règles fixent également la densité des publicités sur un linéaire donné :



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



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

#### 2.1.4.4 Dispositions du RNP applicables aux enseignes

Le régime applicable aux enseignes diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur, scellées au sol, installées sur une terrasse ou une toiture.

Les enseignes murales ne doivent pas dépasser les limites du support sur lequel elles sont installées. Les surfaces cumulées des enseignes murales ne peuvent dépasser 15% de la surface de la façade sur laquelle elles sont installées.

Les enseignes scellées au sol sont limitées en surface, hauteur, densité, largeur, positionnement par rapport aux immeubles voisins.

Les enseignes sur terrasse ou toiture doivent être réalisées au moyen de lettres découpées. Leur hauteur est proportionnée à la hauteur de la façade. Les surfaces sont limitées.

Les enseignes lumineuses obéissent aux mêmes règles d'extinction que les publicités lumineuses.

#### *2.1.4.5 Pouvoir de police*

Le pouvoir de police appartient au préfet en règle générale. Lorsqu'il existe un RLP le maire est compétent. Le pouvoir de police appartiendra au choix aux maires ou au président de l'intercommunalité à partir de janvier 2024.

#### *2.1.4.6 Dispositions figurant dans le RLP actuel de Dunkerque*

Dunkerque est la seule commune de la Communauté urbaine à disposer d'un RLP institué par arrêté municipal le 7 avril 2010. Il crée deux zones de publicité : la zone PR1 qui concerne l'hypercentre historique, les sites naturels et la ZI de Petite Synthe, la zone PR2 qui concerne la partie agglomérée du territoire. Le reste du territoire est soumis au RNP.

### **2.1.5 Le diagnostic**

Le diagnostic fait état de l'existant pour tout type de publicité ; il permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier les non conformités et repérer les situations qui, bien que légales, portent atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Il 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 (Plan local d'urbanisme intercommunal habitat et déplacements) en construction.

#### *2.1.5.1 Méthode de recensement*

Le bureau d'études a parcouru tout le territoire pour relever les dispositifs publicitaires de plus de 1,5m<sup>2</sup> et a établi une base de données pour établir une cartographie. S'agissant des enseignes, il les a repérées pour mettre en évidence les secteurs à réglementer pour une meilleure intégration dans l'environnement.

### 2.1.5.2 Chiffres clés de la publicité

726 dispositifs de plus de 1,5m<sup>2</sup> ont été repérés, dont 324 sur mobilier urbain. Ce total est ventilé par commune selon le tableau ci-dessous :

Commune	Dispositifs publicitaires	Pourcentage
Ambouts-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>

- 55% de la publicité est située sur des propriétés privées, avec 402 dispositifs muraux (40%) ou scellés au sol (60%). Une large majorité est constituée de 4mX3m (69%). Les publicités éclairées ne représentent que 10% des dispositifs sur propriété privée.
- 45% est située sur le domaine public (mobilier urbain) : 145 abris voyageurs (45%), 31 dispositifs inférieurs à 8m<sup>2</sup> (321%) et 148 dispositifs inférieurs à 2m<sup>2</sup> (46%).

### 2.1.5.3 Conformité des dispositifs

Dans la publicité, 127 dispositifs sont en infraction au Règlement national de la Publicité (32%) : dépassement de la limite des gouttières, hors agglomération, ou ne respectant pas les règles de densité. Une simple application du RNP permettrait de supprimer un grand nombre de publicités non-conformes hors agglomération. A Dunkerque, 97 dispositifs sur 161 sont non-conformes au RLP ou au RNP soit 60%.

La majorité des enseignes est conforme au RNP.

### 2.1.5.4 Constats hors cas de non-conformité

La publicité :

- Plusieurs publicités sont situées dans les espaces naturels ou à proximité. Elles n'y ont pas leur place.
- La future zone Grand Site doit faire l'objet d'une protection renforcée.
- En entrée d'agglomération, la publicité constitue le premier contact avec la ville. Elle doit donner une impression, de qualité.

- Sur les zones d'activités, la publicité est légitime car elle n'est pas disproportionnée par rapport au bâti.
- Sur les grands axes, elle perturbe les perspectives et doit être réduite.
- Les chevalets doivent mieux respecter la réglementation.
- Les dispositifs numériques doivent être maîtrisés.
- Certains matériels sont inesthétiques ou proposent des formats différents sur un même panneaux. Ils devront être revus.
- Les matériels bas de gamme et accessoires rapportés dont les fixations sont visibles portent atteinte au cadre de vie et seront visés par le RLPi.
- Le mobilier urbain pourra faire l'objet de prescriptions pour améliorer son insertion.
- La densité de certains dispositifs crée des écrans qui obstruent les perspectives et une adaptation au contexte local est nécessaire.

#### Les enseignes :

- Enseignes en surnombre, ne respectant pas la composition de la façade, insuffisamment précises, inharmonieuses, feront l'objet de prescriptions.

#### *2.1.5.5 Synthèse des constats*

La publicité est principalement installée à Dunkerque et dans les villes limitrophes. L'application du Règlement national de publicité permettrait de limiter la pression publicitaire et de supprimer de nombreux dispositifs. Le RLP de Dunkerque a adopté des règles qui peuvent être étendues au territoire dans son ensemble : densité limitée, suppression de la publicité dans les espaces naturels, exigence de qualité et d'entretien du matériel.

Les enseignes respectent majoritairement le RNP et le RLP. Certains dispositifs ont des formats similaires à ceux de la publicité et induisent de la confusion dans la lecture des messages. Par ailleurs, beaucoup d'enseignes sont installées de manière anarchique et en grand nombre. Elles doivent être encadrées.

## 2.1.6 Les orientations

### *2.1.6.1 Orientations pour la publicité*

La réglementation, l'analyse des enjeux, l'analyse du règlement en vigueur et les constats ont permis d'établir les orientations pour établir le futur RLPi :

- Limiter la densité,
- Identifier les secteurs pouvant accueillir la publicité numérique,
- Supprimer la publicité dans les espaces naturels,
- Supprimer la publicité aux entrées de ville,
- Exiger une qualité de matériel et d'entretien,
- Réduire la superficie des dispositifs,
- Définir les conditions dans lesquelles la publicité est admise sur le mobilier urbain sur les sites protégés, notamment pour un service rendu aux usagers,
- Etendre les horaires d'extinction de la publicité lumineuse de 23h à 7h pour réduire la facture énergétique et lutter contre la pollution lumineuse.

### 2.1.6.2 Les orientations pour les enseignes

- Poursuivre la politique de respect de l'architecture,
- Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires,
- Aménager les dimensions des enseignes scellées au sol
- Encadrer les dimensions des enseignes numériques et les lieux où elles seront autorisées
- Augmenter les horaires d'extinction de 23h à 7h.

## 2.1.7 Explication des choix

### 2.1.7.1 Publicité

- Dispositions générales :

Les pré-enseignes sont soumises au même régime que la publicité. Dérogeant à l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, la CUD l'autorise pour relayer les informations municipales et du fait de son rôle économique et social. La règle de recul des panneaux de 0,50m de toutes les arêtes verticales des murs qui existe dans le RLPi de Dunkerque est reprise pour la publicité murale. Concernant la publicité installée au sol ou scellée au sol, les supports devront être masqués et les dispositifs à un seul pied sont seuls autorisés pour les surfaces supérieures à 2m<sup>2</sup>. Les publicités de petit format respectent le RNP. Les accessoires, par exemple les passerelles ou échafaudages nécessaires à l'entretien, doivent être escamotables ou amovibles. Les publicités lumineuses dans les vitrines sont interdites lorsqu'elles ne sont vues que de l'extérieur. Leurs horaires d'extinction respectent la règle 23h – 7h.

Le territoire est divisé en 5 zones selon leur type d'occupation du sol. Chaque zone possède ses règles particulières.

- Zone P1 : Zones de milieux naturels en agglomération (zone N du PLU), Grand Site, espaces boisés classés et bordures de voies d'eau. Seule est autorisée la publicité sur mobilier urbain, sur une surface limitée.
- Zone P2 : abords des sites inscrits et monuments historiques. La publicité sur mobilier urbain, y compris numérique, est autorisée sur une hauteur et une surface limitées. Toutes les autres formes de publicité y sont interdites, y compris les formes non encore existantes aujourd'hui.
- Zone P3 : zones agglomérées des communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Dunkerque. Le règlement national s'applique avec en plus une règle de densité pour limiter les publicités redondantes.
- Zone P4 : centres villes et zones résidentielles des communes faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque (pour mémoire : Capelle la Grande, Coudekerque Branche, Grand Fort Philippe, Grande Synthe, Gravelines, Leffrinckoucke, Loon Plage). Aux entrées de ville, une densité plus faible que celle prévue au code de l'Environnement est prévue et leur surface est réduite. La publicité est interdite sur les murs de clôture et clôtures.
- Zone P5 : zones d'activités et zones portuaires. Dans le Grand port maritime de Dunkerque la publicité est interdite. Dans le reste de la zone, la publicité est moins contrainte que sur le reste du territoire, mais les conditions sont plus restrictives que dans le RLP.

### 2.1.7.2 Enseignes

- Dispositions générales :

Les enseignes sont soumises à autorisation de l'autorité compétente, en accord avec l'Architecte des bâtiments de France dans les cas où son avis est requis. Les demandes d'autorisation ne seront acceptées que si la bonne intégration dans l'environnement est garantie. Elles devront tenir compte de la qualité architecturale du bâtiment et des lieux environnants, et des perspectives. Les enseignes sur haies et arbres sont interdites. Les enseignes perpendiculaires aux murs sont contingentées. Les enseignes à plat respectent le RNP. Les autres enseignes respectent des obligations de surface et hauteur et sont limitées en nombre.

Le territoire est divisé en 3 zones selon leur type d'occupation du sol. Chaque zone possède ses règles particulières.

- Zone E1 : secteurs à caractère patrimonial ou paysager. Les enseignes sur façade présente un caractère esthétique et respectent l'architecture. Les oriflammes, enseignes sur toiture et numériques sont interdits. Les enseignes scellées au sol sont limitées en nombre et en surface.
- Zone E2 : secteurs à vocation économique. Le régime est plus souple, adapté à la vocation. Il reprend le RNP avec des règles de densité et de hauteur plus strictes. Les enseignes numériques ne peuvent être scellées au sol car elles troublent la circulation automobile.
- Zone E3 : reste du territoire. Les enseignes numériques sont interdites. Les enseignes sur toiture doivent être d'une hauteur inférieure à 3m. les enseignes scellées au sol de plus d'1m<sup>2</sup> appliquent les règles de la zone 2. Celles de moins d'1m<sup>2</sup> sont limitées à un dispositif par voie bordant l'établissement.

## 2.2 Le Règlement local de publicité intercommunale

Il complète et adapte le Règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire. Les dispositions du RNP qui ne sont pas expressément modifiées continuent de s'appliquer. Conformément à l'article L581-19 du code de l'Environnement, les pré-enseignes sont soumises au régime de la publicité, sauf les pré-enseignes dérogatoires au titre de l'article L581-19-3 du même code. La publicité reste soumise aux autres règlements : code de la route, de la voirie routière, du patrimoine, de voirie communale et aux règles d'occupation des sols du domaine public.

### 2.1.1 Publicité

- Dispositions générales

La publicité est admise dans les lieux énumérés à l'article L581-8 du code de l'Environnement mais soumise aux règles du RLP (zones naturelles, zones proches des monuments historiques et zones patrimoniales). La publicité murale ne peut être apposée à moins de 50cm de l'arête verticale du mur support. Lorsque la publicité au sol ou scellée au sol hors mobilier urbain est simple face, le dos doit être habillé. Si elle couvre plus de 2m<sup>2</sup>, elle doit être sur support monopied. La publicité de petit format se conforme au RNP. La surface indiquée est la surface totale encadrement compris, sauf pour le mobilier urbain où elle concerne uniquement l'écran ou l'affiche. Les échelles et passerelles pour l'entretien sont autorisées si elles sont amovibles ou non visibles depuis la voie ouverte à la circulation.

Elles ne sont déployées que pendant l'intervention. Les règles de densité ne s'appliquent pas au mobilier urbain. La publicité lumineuse dans les vitrines est interdite. Elle est éteinte entre 23h et 7h, sauf sur les abris voyageurs où elle s'éteint entre la fermeture et l'ouverture de la ligne. Cette règle peut être suspendue pour un événement exceptionnel sur arrêté municipal. Les pré-enseignes dérogatoires se conforment au RNP.

- Zone P1 zones de PLU en agglomération, la zone Grand Site, les espaces de bois classés, les bordures de voie d'eau

La publicité est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine. La publicité sur mobilier urbain présente une surface maximum de 2m<sup>2</sup> pour une hauteur de 3m, sauf colonnes culturelles. Toute autre forme de publicité est interdite.

- Zone P2 sites inscrits et abords des monuments historiques

La publicité sur mobilier urbain présente une surface maximum de 2m<sup>2</sup> pour une hauteur de 3m, sauf colonnes culturelles. Elle est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine. La publicité numérique sur mobilier urbain n'est autorisée que dans les communes de plus de 10 000 habitants et limitée à une surface de 2m<sup>2</sup> pour une hauteur maximum de 6m. La publicité sur bâches de chantier se conforme au RNP. Toute autre forme de publicité est interdite.

- Zone P3 territoire aggloméré des communes de moins de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Dunkerque

Un seul dispositif est permis par unité foncière. La publicité sur mobilier urbain est interdite.

- Zone P4 centres villes et zones résidentielles des communes de l'unité urbaine de Dunkerque

La publicité est interdite sur 100m à compter des plaques d'entrée d'agglomération sauf s'il y a continuité du bâti entre deux communes. Elle répond à des dispositions précises de densité et de surface. La publicité sur clôture est interdite.

- Zone P5 zones d'activités et zone portuaire des communes comprises dans l'unité urbaine de Dunkerque

La publicité est interdite sur 100m à compter des plaques d'entrée d'agglomération sauf s'il y a continuité du bâti entre deux communes. Elle répond à des dispositions précises de densité et de surface, différentes de celles de la zone P4. Les publicités numériques doivent respecter une distance de 200m entre deux faces en covisibilité. La publicité est interdite dans le Grand port maritime.

## 2.1.2 Enseignes

- Dispositions générales

Les enseignes sont soumises à autorisation sur tout le territoire. Elles respectent l'architecture du bâtiment où se s'exerce l'activité qu'elles signalent. Dimensions, couleurs, matériaux, implantation portant atteinte à la qualité de la façade et des lieux environnants aboutiront à un refus. L'occupant d'un local doit retirer les enseignes dans les trois mois de son départ. A défaut le propriétaire est responsable. Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par voie bordant l'établissement. Elle ne doit pas dépasser le niveau du rez de chaussée. Quand l'établissement est multiservices, seules deux enseignes regroupant tous les services sont autorisées. Les enseignes « simple face » au sol

doivent avoir le dos habillé. Chevalets et porte menus sont limités à un seul par établissement. Les enseignes numériques dans les vitrines présentent une surface d'1m<sup>2</sup> maximum et une seule par voie bordant l'établissement est autorisée. Les enseignes clignotantes sont interdites sauf services d'urgence et pharmacies.

- Zone E1 zones de protection renforcée, naturelles et monuments historiques

L'enseigne comporte uniquement le nom, l'activité et le logo. Les oriflammes sont interdites. Une seule enseigne au sol est autorisée par activité, inférieure à 1m<sup>2</sup>. Les enseignes perpendiculaires mesurent 60X60cm. Les enseignes au sol sont inférieures à 2m<sup>2</sup>. Les autres formes d'enseignes sont interdites.

- Zone 2 zones d'activités portuaires

Les enseignes au sol sont inférieures à 12m<sup>2</sup> en agglomération de plus de 10 000 habitants et inférieures à 6m<sup>2</sup> sur le reste de la zone. Une seule enseigne au sol est autorisée par activité, inférieure à 1m<sup>2</sup>. Une enseigne supplémentaire est autorisée pour toute unité foncière supérieure à 20m avec un intervalle de 10m entre les deux enseignes. Les publicités numériques et sur toiture ou terrasse répondent à des limites de surface.

- Zone E3 reste du territoire

Les enseignes au sol sont inférieures à 12m<sup>2</sup> en agglomération de plus de 10 000 habitants et inférieures à 6m<sup>2</sup> sur le reste de la zone. Une seule enseigne au sol est autorisée par activité, inférieure à 1m<sup>2</sup>. La publicité sur toiture et terrasse est limitée à une hauteur de 3m. La publicité numérique est interdite.

Le règlement comporte des annexes présentant les plans généraux de zonage, les plans de zonage par commune, les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomérations et les plans de secteurs agglomérés.

## 2.3 Bilan de la concertation

### 2.3.1 Contexte réglementaire et objectifs de l'élaboration du RLPi

Le RLP de Dunkerque est devenu caduc le 13/07/22 compte tenu des dispositions du code de l'Environnement qui fixe à 10 ans la durée de validité des règlements sur la publicité puis autorise une prolongation de deux ans. En l'absence de RLP, c'est le règlement national qui s'applique. Cela aurait pour conséquence de permettre la publicité dans des lieux où elle est interdite par le RLP, et le traitement qualitatif des enseignes ne serait plus obligatoire. La CUD a donc décidé de mettre en place un RLP intercommunautaire, prescrit le 19/12/19 par une délibération qui précise les objectifs poursuivis et les modalités de concertation.

- Enjeux et objectifs

Le RLPi vise à préserver l'attractivité du territoire et la qualité de vie de ses habitants. Le RLPi s'inscrit dans le Plan paysage en cours d'élaboration. L'enjeu est d'assurer l'équilibre entre le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et idées, et la protection du cadre de vie et des paysages. Il s'agit également d'assurer aux zones d'activités un environnement de qualité tout en mettant en valeur les activités qui s'y exercent.

- Faire adhérer les 17 communes à un projet cohérent

Le RLPi veut répondre aux besoins des différents secteurs du territoire en créant une dynamique partenariale et en associant les institutionnels, les professionnels et les citoyens à son élaboration.

- Affirmer les différentes identités paysagères de l'agglomération

12 unités paysagères sont observables depuis les paysages de plaine maritime jusqu'aux paysages urbains, en passant par les paysages agricoles ou industriels. Chacun nécessite une politique spécifique de publicité

- Assurer la protection des centres villes et centre bourgs, des sites à forte valeur patrimoniale et des espaces urbains en général

Le territoire de Dunkerque Grand Littoral accueille un patrimoine important avec deux sites naturels classés, 3 sites inscrits naturels et architecturaux, 3 sites classés au patrimoine mondial de l'UNESCO et des édifices civils, religieux ou industriels intéressants sur le plan architectural. La ville de Dunkerque compte à elle seule 32 édifices protégés au titre des monuments historiques. Par ailleurs les espaces urbains quotidiens sont déterminants pour le bien-être de la population.

- Trouver un équilibre entre développement économique et protection du cadre de vie

L'activité économique s'appuie sur les enseignes et la publicité pour guider vers l'activité. Les entrées de ville et les zones d'activités sont dès lors identifiées comme zones peu qualitatives. Il y a un équilibre à trouver entre efficacité de l'information et préservation du cadre de vie.

- Garantie la cohérence entre le RLPi et le Plan local d'urbanisme intercommunal habitat déplacement (PLUi HD)

Le PLUi HD fixe des objectifs en matière de protection des paysages, de qualité du logement et de nature en ville. Le RLPi doit en tenir compte.

### 2.3.2 Collaboration mise en œuvre entre la communauté urbaine et les communes membres

La réussite du RLPi demande un travail en commun entre les communes et la CUD. Celles-ci ont donc été associées à chaque étape de la réflexion, élus comme services en charge de la publicité. Sur le plan technique des ateliers ont eu lieu, regroupant plusieurs communes et associant divers publics. Sur le plan politique, chaque étape d'avancement a été validée en conférence des maires.

### 2.3.3 Modalités de concertation

La délibération de prescription du RLPi prévoyait des modalités de concertation qui ont été mises en œuvre. Elle fixait comme objectifs :

- fournir au public une information claire et continue sur l'élaboration du RLPi,
- viser la participation d'un public diversifié et le plus large possible,
- offrir la possibilité au public d'exprimer ses attentes, ses remarques, ses idées concernant le RLPi et permettre l'échange des points de vue.

#### Information du public :

- mise à disposition d'un dossier de concertation consultable au siège de la CUD aux jours et horaires d'ouverture, et sur le site web de la CUD,
- articles dans les bulletins d'informations de la Communauté urbaine et dans la presse.

#### Participation du public :

Des réunions territorialisées et participatives ont été organisées sur les éléments de diagnostic puis sur les principes règlementaires.

A l'issue de la concertation, un bilan a été tiré. Ce bilan est joint à l'enquête publique conformément aux dispositions de l'article L103-6 du code de l'urbanisme.

Des partenaires externes à la CUD ont été associés, notamment les chambres consulaires (Chambre de commerce et d'industrie et Chambre des métiers), les associations de défense du paysage, les représentants des professionnels de l'enseigne et de l'affichage extérieur, les représentants des commerçants et artisans du territoire. Les services déconcentrés de l'Etat ont été associés de manière permanente.

## 2.3.4 Concertation mise en œuvre

### 2.3.4.1 Information du public

#### Deux sites internet

[www.communaute-urbaine-dunkerque.fr](http://www.communaute-urbaine-dunkerque.fr)



[www.changer-la-vie-ensemble.com](http://www.changer-la-vie-ensemble.com)



Parution dans la presse écrite Voix du Nord les 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31 février mars, en 3 vagues d'une semaine) et Virgin radio.

TAL n° E22000112/59 du 14 septembre 2022

Page 21 sur 56

# Réglementer la publicité dans l'espace public : la CUD affiche sa volonté

La Communauté urbaine de Dunkerque (CUD) organise des ateliers publics et d'écoute et la mobilisation de l'ensemble des citoyens pour élaborer un Règlement Local de Publicité Intercommunal. Ce document a pour ambition d'encadrer les pratiques publicitaires dans l'espace public, en tenant compte des enjeux et de la vie de nos communaux.

## BRICOPLAN

BRICOPLAN, un spécialiste de la construction, a installé un panneau publicitaire dans l'espace public de Dunkerque. Ce panneau, qui annonce la vente de produits de bricolage, est visible depuis la rue. La CUD a constaté que ce type de publicité est de plus en plus présent dans l'espace public, ce qui peut nuire à l'esthétique et à la lisibilité des panneaux d'information.



Un panneau de publicité commerciale dans l'espace public de Dunkerque.

## Un projet en quatre axes

Le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est structuré en quatre axes principaux : 1. Définir les zones où la publicité est autorisée ou interdite. 2. Définir les formats et les hauteurs autorisés. 3. Définir les conditions de visibilité et de lisibilité. 4. Définir les modalités de consultation et de participation des citoyens.

Le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est structuré en quatre axes principaux : 1. Définir les zones où la publicité est autorisée ou interdite. 2. Définir les formats et les hauteurs autorisés. 3. Définir les conditions de visibilité et de lisibilité. 4. Définir les modalités de consultation et de participation des citoyens.

Le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est structuré en quatre axes principaux : 1. Définir les zones où la publicité est autorisée ou interdite. 2. Définir les formats et les hauteurs autorisés. 3. Définir les conditions de visibilité et de lisibilité. 4. Définir les modalités de consultation et de participation des citoyens.



# Matériel, dons, hébergement : la solidarité pour l'Ukraine s'organise



## Deux concerts pour soutenir le peuple ukrainien

Deux concerts sont organisés à Dunkerque pour soutenir le peuple ukrainien. Le premier concert aura lieu le 9 mars à 19h à la salle de concert de la CUD. Le second concert aura lieu le 29 mars à 19h à la salle de concert de la CUD. Les deux concerts sont gratuits et tous les bénéfices seront reversés à l'association 'Ukraine SOS'.

Deux concerts sont organisés à Dunkerque pour soutenir le peuple ukrainien. Le premier concert aura lieu le 9 mars à 19h à la salle de concert de la CUD. Le second concert aura lieu le 29 mars à 19h à la salle de concert de la CUD. Les deux concerts sont gratuits et tous les bénéfices seront reversés à l'association 'Ukraine SOS'.

**RLPi**  
Dunkerque Agglomération

Concertation pour le règlement local de publicité intercommunal.

9 mars 2022 de 19h à 20h, salle de concert de la CUD, Dunkerque.

29 mars 2022 de 19h à 20h, salle de concert de la CUD, Dunkerque.

www.changer-la-vie-ensemble.com

## Mailing aux commerçants

**RLPi**  
Dunkerque Agglomération

Concertation pour le règlement local de publicité intercommunal.

**ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL, TRAVAILONS ENSEMBLE !**

Madame, Monsieur,

La Communauté urbaine de Dunkerque et les villes qui la composent se sont engagées dans l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal. Le RLPI permet d'ajuster la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et préenseignes aux enjeux locaux de chaque commune économique et des paysages.

Les élus de la Communauté urbaine ont souhaité que l'élaboration du RLPI soit menée dans le cadre d'une concertation associant les habitants et tous les acteurs concernés : économiques, institutionnels, associatifs, culturels.

Dans ce contexte, comme tous les habitants et acteurs de ce territoire, vous pouvez participer en vous informant et en donnant votre avis sur le site [changer-la-vie-ensemble.com](http://www.changer-la-vie-ensemble.com) ou par mail [concertation@changer-la-vie-ensemble.com](mailto:concertation@changer-la-vie-ensemble.com) ou vous rendre en personne à la salle de concert de la Communauté urbaine qui dans les communes des 21 communes et communes associées.

Et, en tant que commerçant, vous êtes également invités à participer à une des 3 permanences qui se tiendront les mardi 14 et 21 mars dans :

- 5 communes de l'agglomération. Pour poser vos questions et donner votre avis aux représentants de la Communauté urbaine qui élaborent le RLPI, il suffit de vous envoyer un mail à l'adresse suivante : [concertation@changer-la-vie-ensemble.com](mailto:concertation@changer-la-vie-ensemble.com)

Nous serons ravis d'échanger et de bâtir, avec vous, un document qui sera un atout pour le cadre de vie de notre agglomération et donc pour son attractivité. Dans l'attente de vous rencontrer, vous prions de recevoir, Madame, Monsieur, nos sincères salutations.

Martial Beyeret  
Maire-Président  
en charge du Personnel  
de l'Administration, des Ressources  
et de la Politique de la Ville

Jean-François Montagne  
Maire-Président  
en charge  
de la Transition Écologique  
et de la Résilience

Pour participer à une permanence, nous vous recommandons de vous inscrire au préalable sur le site de la concertation : [www.changer-la-vie-ensemble.com](http://www.changer-la-vie-ensemble.com)

[www.changer-la-vie-ensemble.com](http://www.changer-la-vie-ensemble.com)

Dunkerque Agglomération

## Permanences tenues en mairie (Bray Dunes, Rosendael, Bourbourg, Grande Synthe, Coudekerque Branche).

### 2.3.4.2 Participation du public

- Deux réunions publiques le 9 mars (8 participants) et le 29 mars (17 participants).

- Registre à disposition pour recueillir les avis dans toutes les communes.
- Possibilité de poster un mail sur le site internet.
- Adresse postale pour adresser un courrier.
- Réunions avec les partenaires : 1 réunion avec le Grand port maritime, 2 réunions avec les professionnels de l'affichage et 3 réunions avec les personnes publiques associées.

### 2.3.5 Bilan de la concertation

#### Chiffres

- Aucune observation dans les registres en mairie.
- 1 courriel à l'adresse mail.
- 2 courriers provenant d'un syndicat de professionnels de la publicité extérieure et d'un professionnel de l'affichage extérieur.
- 1 mail adressé au service de la CUD en charge du RLPi par la Direction départementale des territoires et de la mer.

#### Observations exprimées

- Les personnes publiques associées : souhait que le Grand port maritime fasse l'objet d'un traitement spécifique ; analyse sur la manière d'intégrer au mieux Tétéghem pour tenir compte de la nouvelle philosophie de l'Etat sur la publicité dans les communes de moins de 10 000 habitants.
- Les sociétés de publicité : crainte de fortes réductions des possibilités de publicité aux entrées de ville ; demande de mettre en conformité l'existant avant de prendre des mesures strictes ; réduction de format à 6m<sup>2</sup> imposant des formats non standards. Ce point sera pris en compte. Les entrées de ville seront traitées pour amoindrir l'impact sur la publicité. La société Decaux demande que le mobilier urbain soit autorisé en zone 1 et qu'il ne soit pas limité à un en certains secteurs. Ces demandes ne sont pas prises en compte. La société demande également que soit précisé que la règle de densité pour la publicité numérique ne s'applique pas pour le mobilier urbain en zone 5. Cette demande est prise en compte.
- Le grand public : caractère éblouissant de la publicité numérique dangereux pour la sécurité routière ; hauteur excessive de certaines publicités ; règles s'appliquant aux enseignes ; horaires d'extinction de la publicité lumineuse.
- Le Grand port maritime : publicité interdite et respect de la charte existant sur son territoire.

### 3 Concertation avec les personnes publiques et organismes associés

En plus des réunions avec les élus des communes appartenant à la CUD, trois réunions ont été menées avec les personnes publiques associées. Les élus des mairies de la CUD ont été associés à la conception du RLPi au travers de plusieurs rencontres et ateliers de travail et une conférence des maires. Un courrier a été adressé aux personnes publiques suivantes pour les informer : toutes les communes de la CUD; les communautés de commune de Hauts de Flandre et de la Région d'Audruicq; Le Gouverneur de la Province de Flandre Occidentale en Belgique; le Conseil départemental du Nord; la chambre de Commerce et d'Industrie, la chambre des Métiers et de l'Artisanat, la chambre interdépartementale d'Agriculture; la commission départementale de la Consommation des espaces agricoles; le Comité régional de l'Habitat; le Conseil Régional et la préfecture. La CDNPS (Commission départementale de la nature, des paysages et des sites) a également été saisie.

- **Le Conseil départemental du Nord**, dans un avis en date du 5/07/22, précise la liste des monuments historiques sur la communauté urbaine. Il rappelle les règles régissant la publicité sur les axes routiers départementaux. Il rappelle que les travaux d'implantation de dispositifs de publicité sur le domaine routier départemental doivent faire l'objet d'une autorisation et qu'un affichage temporaire peut être accepté pour des événements culturels ou sportifs sans but lucratif. Le Département salue les engagements de RLPi de la CUD qui articule son projet autour de choix plus restrictifs que la réglementation nationale.
- **La mairie de Gravelines**, par un courrier en date du 28/07/22, souligne que ses remarques de mars 2022 ont été partiellement reprises dans le projet arrêté. La ville va confier l'instruction des dossiers d'autorisation et le contrôle des enseignes et dispositifs publicitaires au futur service commun qui sera créé par la CUD. La mise en place d'une taxe locale sur la publicité extérieure n'a pas fait l'objet d'une délibération par le Conseil municipal.
- **Le ministère des armées** a fourni un avis le 3/08/22 : de nombreux immeubles existent sur Dunkerque. Aucun panneau publicitaire ne peut y être apposé. L'avis est positif sous réserve de respecter cette demande.
- **La Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CNDPS)** s'est réunie et a rendu un avis le 22/09/22. La réunion, à laquelle participaient des représentants des services de l'Etat, un représentant du Parc naturel régional de Scarpe Escaut, un représentant de l'association des Maires du Nord, et un représentant de JC Decaux en tant que personne qualifiée, a donné lieu à un débat. Le représentant de Nord Nature avait donné pouvoir au président de la Commission.
  - o Le représentant des afficheurs a fait remarquer que l'équilibre entre cadre de vie et liberté d'information et de commerce n'était à son avis pas respecté. Il regrette la disparition de panneaux 4X3 dans 4 zones et que ceux-ci se retrouvent dans les zones excentrées. Il alerte sur l'interdiction de toute publicité numérique dans les vitrines. La notion d'entrée de ville n'est pour lui pas suffisamment définie. Il regrette que le

Règlement local existant n'ait pas été mieux appliqué car le RLPi aurait été moins restrictif.

- Le représentant de la DRAC (Direction régionale des affaires culturelles) formule plusieurs remarques :
  - Les dispositifs de petit format ne sont soumis qu'aux dispositions du Règlement national de publicité, c'est insuffisant, notamment dans les centres anciens.
  - Il demande de préciser si la publicité numérique sur mobilier urbain est autorisée ou non en zone P1 (espaces naturels).
  - Il pense que les mesures concernant le mobilier urbain en zone P2 et P3 ne sont pas cohérentes. Par exemple, elles permettraient d'avoir une publicité sur un abribus place du Vieux marché aux chevaux à Bourbourg mais pas place de la gare.
  - L'intitulé de la zone P2 est à revoir : ne pas parler d'abords mais de périmètre de protection autour des bâtiments historiques. Le représentant de la DRAC fait remarquer qu'il aurait mieux valu s'appuyer sur des critères de terrain plutôt que sur le tracé des servitudes pour protéger au mieux les perspectives.
  - Le RLPi prévoit que l'autorisation d'une enseigne peut être refusée si elle porte atteinte à la sécurité des usagers de la voie publique. Il rappelle que le RLPi n'a pas vocation à traiter ce problème, ce qui pourrait fragiliser sa position juridique.
  - L'article E-F affirme que les chevalets sont autorisés. Il aurait mieux valu dire « peuvent être autorisés » car ils sont soumis à l'obtention d'une autorisation d'occupation du domaine public qui n'est pas forcément accordée.
  - L'article E 1-6 affirme que les enseignes numériques sont interdites mais l'article E-G énonce des prescriptions sur les enseignes lumineuses dans les vitrines. Ces enseignes sont-elles autorisées ou interdites ?
  - La DRAC regrette que les immeubles protégés du PLUi (Plan local d'urbanisme intercommunal) ne soient pas repris dans le RLPi.
- Mme Vanhille, maire de Zuydcoote, estime cohérent d'interdire la publicité sur les façades des bâtiments protégés au titre du PLUi.
- La DDTM (Direction départementale des territoires et de la mer) fait remarquer que la délimitation des zones P1, P2 et P3 concernant les enseignes manque de précision. Le bureau d'études explique qu'il existe une cartographie précise sur système d'information géographique.

Les résultats du vote au sein de la CNDPS sont les suivants :

- 6 avis favorables sous réserve de lever les points soulevés par la DRAC,
- 1 avis favorable au RLPi en l'état,
- 1 abstention,
- 1 avis défavorable.

La préfecture du Nord a émis un avis le 12/10/22.

- Elle estime que le dossier est complet et respecte les dispositions de l'article R 581-72 du code de l'Environnement.
- Elle demande que soient définies des règles de densité pour les zones P1 et P2 qui concernent des secteurs à forts enjeux naturels et paysagers, faute de quoi cela fragiliserait le document en cas de recours.
- Pré-enseignes et publicité répondent aux mêmes règles, sauf pour celles dites « dérogatoires ». L'implantation des pré-enseignes n'est pas traitée spécifiquement et la préfecture demande des précisions complémentaires toujours pour éviter les recours lors de l'implantation de ces dispositifs.
- La préfecture fait remarquer que certains arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération datent d'une trentaine d'années. Elle souhaite une mise à jour des arrêtés pour tenir compte des modifications du tissu urbain.
- Elle demande que soient précisées les délimitations des zones réglementaires applicables aux enseignes dans les documents graphiques.

## 4 Organisation et déroulement de l'enquête

### 4.1 Désignation du Commissaire enquêteur

Par décision n° E22000112/59 en date du 14 septembre 2022, le Président du Tribunal administratif de Lille a désigné Mme Myriam DUCHENE en qualité de Commissaire enquêteur. Un arrêté communautaire en date du 30 septembre 2022 prescrit l'enquête publique ayant pour objet le « projet d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la communauté urbaine de Dunkerque », ainsi que ses modalités.

### 4.2 Préparation de l'enquête

Une réunion s'est déroulée avec le maître d'ouvrage sur la préparation de l'enquête et une autre en visioconférence avec le bureau d'études en charge de l'élaboration du RLPi sur le diagnostic et les nouvelles règles applicables si le RLPi est adopté. Des échanges par mail ou par téléphone ont ensuite permis de compléter l'information du commissaire enquêteur.

### 4.3 Modalités de l'enquête

L'enquête était prévue du 19 octobre à 9h00 au 18 novembre 2022 à 17h00. L'accès au dossier et au registre d'enquête a été possible aux dates et heures d'ouverture des mairies concernées et du siège de la Communauté urbaine de Dunkerque, siège de l'enquête publique, durant toute la période. Le dossier était également consultable par internet sur le site dédié et sur le registre numérique. Les permanences se sont déroulées aux jours et lieux suivants :

Jour de la permanence	Lieux	Horaire
Mercredi 19 octobre	Dunkerque	9h00-12h00
Vendredi 21 octobre	Bourbourg	14h00-17h00
Mercredi 26 octobre	Bray Dunes	9h00-12h00
Jeudi 27 octobre	Téteghem	14h00-17h00

Mercredi 2 novembre	Dunkerque	14h00-17h00
Vendredi 4 novembre	Grande Synthe	09h00-12h00
Lundi 14 novembre	Gravelines	14h00-17h00
Vendredi 18 novembre	Dunkerque	14h00-17h00

Le projet de RLPi de la Communauté Urbaine de Dunkerque n'est pas soumis à évaluation environnementale mais fait l'objet d'une demande d'avis auprès de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (article R341-16 du Code de l'environnement)

Le projet de RLPi arrêté le 30 juin 2022 a été transmis à la CDNPS et a fait l'objet d'un passage en commission le 22 septembre 2022. Les avis des PPA émis avant l'ouverture de l'enquête : avis du ministère des Armées et de la ville de Gravelines, figurent dans le dossier papier et sur internet. Les autres avis ont été ajoutés au fur et à mesure de leur arrivée aux registres papier dans les différents lieux d'enquête et sur internet.

#### 4.4 Composition du dossier d'enquête

Le dossier d'enquête publique était composé des éléments suivants :

- Délibération relative au lancement du projet,
- Délibérations relatives à la tenue du débat d'orientations en Conseil de Communauté et en Conseils Municipaux,
- Délibération de l'arrêt du projet,
- Lettre de saisine du Tribunal Administratif,
- Désignation du commissaire enquêteur,
- Arrêté d'organisation de l'enquête publique,
- Avis de publicité d'enquête,
- Porter à connaissance des autorités administratives consultées,
- Avis des autorités consultées,
- Bilan de la concertation.

Volet technique :

- Projet de RLPi arrêté par le Conseil de Communauté le 30 juin 2022 comprenant :
  - o Le rapport de présentation,
  - o Le règlement de RLPi,
  - o Les annexes : plans de zonage, plans des limites d'agglomération, arrêtés de limites d'agglomération.

#### 4.5 Information du public

**L'avis d'enquête publique** dans sa forme réglementaire a été affiché dans les différentes mairies de la Communauté urbaine et au siège de l'enquête : à la CUD. L'avis a également été publié sur le site internet de la Communauté Urbaine de Dunkerque. En outre, un avis au public annonçant cette enquête publique a été publié 15 jours avant le début de l'enquête et rappelé dans les 8 premiers jours de celle-ci dans 2 journaux régionaux ou locaux diffusés dans le département du Nord à savoir :

- Le Phare de Dunkerque (5 octobre et 2 novembre),
- La Voix du Nord édition Dunkerque (les 5 et 26 octobre).

Le public pouvait également prendre connaissance du dossier en version dématérialisée :

- Sur un poste informatique, dans les lieux d'enquête, aux jours et heures d'ouverture habituels de ces lieux,
- Sur le site internet dédié (registre dématérialisé) à l'adresse suivante : <https://participation.proxiterritoires.fr/rlpi-de-la-cud>

Pendant la durée de l'enquête, le public pouvait faire part de ses **observations et propositions** par écrit :

- Dans les registres d'enquête papier déposés dans les lieux d'enquête,
- Par voie postale, au siège de l'enquête, à « Monsieur le Président de la Commission d'enquête, Plan Local d'Urbanisme intercommunale Habitat Déplacement, Communauté Urbaine de Dunkerque, Service Urbanisme et Environnement, Pertuis de la Marine, BP 85530, 59386 Dunkerque Cedex 1 » avec la mention apparente « Enquête publique - Ne pas ouvrir ».
- Par courrier électronique sur le registre dématérialisé à l'adresse suivante : [rlpi-de-la-cud@mail.proxiterritoires.fr](mailto:rlpi-de-la-cud@mail.proxiterritoires.fr)
- Sur le registre d'enquête dématérialisé disponible à l'adresse : <https://participation.proxiterritoires.fr/rlpi-de-la-cud>

En vue de permettre leur lecture par le public, les observations adressées par courrier postal, par voie électronique ou inscrites sur les registres papier des différents lieux d'enquête, ont été annexées au registre dématérialisé.

#### 4.6 Climat de l'enquête

L'enquête s'est bien déroulée. Le public a été peu présent sans doute du fait de la concertation ayant eu lieu en amont, et du fait que réglementer la publicité répond à une demande de la population.

## 5 Contribution publique

Il n'y a pas eu de remarque sur les registres des communes et au siège de la CUD. J'ai reçu deux visites lors de la permanence de Gravelines le 14 novembre : les représentants de l'Union de la publicité extérieure (UPE) et de l'entreprise JC Decaux. Par ailleurs, le registre numérique a enregistré 218 visiteurs ayant consulté le site 245 fois. Il y a eu 208 visualisations de documents, concernant notamment le règlement et le bilan de concertation. Ces mêmes documents ont fait l'objet respectivement de 6 et 3 téléchargements.

Il y a eu 10 contributions sur le registre dématérialisé, dont une émanant de Mme Dujardin, adjointe à l'urbanisme de Bray Dunes, une de l'association ADELFA, une de l'UPE (Union de la publicité extérieure) et une de l'afficheur JC Decaux, les autres étant anonymisées. Toutes les contributions sont jointes en annexe. Le PV de synthèse reprend l'ensemble des questions des contributeurs.

- **Mme Dujardin signale ce qui semble être une erreur matérielle** : « l'article P.1.2 stipule que la publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée pour une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> et sur une hauteur maximale de 3 m, mais qu'elle est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine, ce qui revient à dire, dans le cas de notre ville de Bray-Dunes que ce type de publicité serait interdit. Or cet article est contradictoire à ce qui avait été établi avec la CUD lors de la phase de concertation sur le RLPI et avec le tableau synthétique du règlement joint à l'enquête qui reprend ce qui est autorisé sur la commune en "vert". »
- **L'association ADELFA demande de limiter au maximum les grands panneaux publicitaires 4X3** "qui n'ont d'ailleurs d'autre but que de pousser à la surconsommation des ménages". Elle demande aussi **l'interdiction des écrans lumineux**. "A l'heure où l'on parle de sobriété énergétique", dit l'association, "ces panneaux lumineux et écrans publicitaires n'ont plus leur place dans l'espace public".
- Un contributeur aborde **l'affichage numérique dont les désagréments visuels et la dépense énergétique** sont soulignés. Il demande l'extinction de ces panneaux la nuit ainsi que l'interdiction de nouveaux panneaux de cette nature. Il demande également la **limitation du nombre de 4X3**.
- Une personne souhaite la **liberté pour les enseignes car elles favorisent le commerce local** mais souhaite la **disparition de toute autre publicité, qui contribue à une surconsommation**. Ce contributeur évoque l'exemple les SUV, particulièrement énergivores et polluants, très vendus grâce à la publicité.
- Une autre personne demande la **disparition des panneaux lumineux** et estime dommage de réfléchir à cette thématique alors que de tels panneaux ont été apposés en entrées de ville. Elle se dit opposée à toute forme de publicité. Elle demande **l'extinction la nuit de toutes les enseignes**.
- Pour un autre contributeur, les **panneaux lumineux sont inacceptables** alors que certaines personnes ne peuvent pas se chauffer. Les arrêts de bus devraient être réservés à des informations sur les associations ou sur des thématiques citoyennes et sujets de société.

Ailleurs **la publicité devrait se limiter à une information sur la santé, la vie de quartier, culturelle, ...**

- Une personne attire l'attention sur le fait que **le mobilier est souvent gênant pour la sécurité du piéton ou du cycliste**. Lors de la pose du matériel : les véhicules se garent illégalement la plupart du temps. Lors de la mise en place des publicités il y a blocage de trottoir de pistes cyclables ou bandes cyclables ; la publicité détourne l'attention des conducteurs. Cette personne demande **l'arrêt de toute publicité en milieu urbain**.
- Une dame demande aux élus **d'interdire toute publicité car « les paysages sont parasités sans que les citoyens ne le souhaitent »** et pour des raisons liées au fait que **la publicité incite à des comportements nuisibles à la santé et à la planète**. « Le but premier de la publicité, explicite cette personne, est de faire consommer plus. Par les temps qui courent, le bien public, le pouvoir d'achat, la lutte contre la crise climatique passent par une réduction de l'inutile, du gâchis, de la surconsommation ».
- Une autre personne sait que le RLPi réglemente les dispositifs et non le contenu des messages, mais souhaiterait que la loi interdise la publicité faisant la promotion des énergies fossiles, des voitures les plus polluantes ou encore la publicité pour les liaisons aériennes pour lesquelles il existe une alternative en train.

#### **L'entreprise JC Decaux**

- Rappelle que le mobilier urbain participe au service public en fournissant notamment des abribus et en participant à l'information du public quand l'une des faces du mobilier urbain est consacré à l'information locale,
- Souligne que l'implantation de mobilier urbain sur le domaine public est contrôlée par la collectivité qui définit les emplacements, le nombre, le type et la surface du mobilier lorsqu'elle passe un appel d'offres et qu'il n'est donc pas besoin de le formaliser dans un RLPi qui est fixé pour 10 ou 15 ans et limite les possibilités pour la collectivité de modifier ses choix,
- Affirme que le RLPi remettrait en cause l'implantation de mobilier urbain déjà en place et donc l'équilibre économique prévu au sein des contrats de mobilier urbain, les recettes publicitaires concourant au financement de ce service public.
- Propose donc :
  - o 1) en zone ZP2 (zone de patrimoine architectural) : maintenir les règles de format du code de l'Environnement sur le mobilier urbain,
  - o 2) en ZP2 et ZP4 (centres villes et zones résidentielles), d'autoriser la publicité numérique sur mobilier urbain, dans les agglomérations éligibles selon le code de l'Environnement, l'architecte des Bâtiments de France ou le maire pouvant de toute façon interdire une implantation.

**L'UPE** se dit inquiète du projet « manifestement contraire à l'obligation de conciliation auquel un RLPi doit répondre » entre les objectifs de protection du cadre de vie et le dynamisme économique local « dans le respect de la libre expression ». Il cite notamment les points suivants :

- Le RLPi dans sa rédaction actuelle impacte lourdement la publicité grand format.
- Le RLPi interdit les publicités lumineuses dans les vitrines alors que le code l'environnement l'autorise. Il demande de rétablir ce droit et de fixer une surface maximale.
- Les mesures applicables aux publicités aux entrées de ville sont difficilement applicables car les limites d'agglomération sont fluctuantes.

- En zone P4 les publicités sont interdites sur les linéaires de façades inférieurs à 30 m or en ville, les linéaires atteignent très rarement cette taille. De plus la publicité murale ne crée pas un obstacle à la vue puisque le mur est déjà en lui-même un obstacle.
- L'UPE demande que soit précisé que les parvis des gares font partie du domaine ferroviaire.
- Dans le Grand port maritime de Dunkerque, la publicité est interdite partout. L'union demande qu'elle soit maintenue sur les grandes voies urbaines du port, comme elle l'est aujourd'hui, en ajoutant une mesure de densité.
- En zone P4 la publicité sur bâche est interdite. L'UPE demande de l'autoriser car elle permettrait à l'agglomération de mettre en valeur des événements exceptionnels sportifs ou culturels, sachant que c'est de toute façon l'agglomération qui autorise ou interdit ces publicités au cas par cas.

JC Decaux comme l'UPE disent ne pas avoir été entendus lors de la concertation car aucune de leur demande n'a été reprise dans la version de RLPi soumise à l'enquête publique.

## 6 PV de synthèse et mémoire en réponse

Conformément à la réglementation un procès-verbal de synthèse a été remis par le commissaire enquêteur au pétitionnaire le 24 novembre 2022. Il figure en intégralité ci-dessous. Le mémoire en réponse du pétitionnaire reçu le 8 décembre 2022 figure à sa suite.

### 6.1 PV de synthèse

#### **Projet d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la communauté urbaine de Dunkerque**

TAL n° E22000112/59 du 14 septembre 2022

## **Procès-Verbal de synthèse**

Monsieur le Président de la Communauté urbaine Dunkerque Grand Littoral,

Conformément aux dispositions de l'arrêté communautaire du 30 septembre 2022, j'ai conduit l'enquête publique concernant le projet de Règlement local de publicité intercommunal de la Communauté urbaine Dunkerque Grand Littoral. Cette enquête s'est déroulée du mercredi 19 octobre 2022 au vendredi 18 novembre 2022 inclus.

J'ai l'honneur de vous communiquer, sous ce pli, le procès-verbal de clôture d'enquête.

Je me suis tenue à la disposition du public aux jours et lieux suivants :

Jour de la permanence	Lieux	Horaire
-----------------------	-------	---------

TAL n° E22000112/59 du 14 septembre 2022

Mercredi 19 octobre	Dunkerque	9h00-12h00
Vendredi 21 octobre	Bourbourg	14h00-17h00
Mercredi 26 octobre	Bray Dunes	9h00-12h00
Jeudi 27 octobre	Téteghem	14h00-17h00
Mercredi 2 novembre	Dunkerque	14h00-17h00
Vendredi 4 novembre	Grande Synthe	09h00-12h00
Lundi 14 novembre	Gravelines	14h00-17h00
Vendredi 18 novembre	Dunkerque	14h00-17h00

La publicité a été effectuée conformément aux obligations réglementaires :

- affichage à la CUD et dans les mairies de la Communauté,
- parutions dans la presse locale les 5 et 26 octobre 2022 (Voix du Nord) et les 5 octobre et 2 novembre (Phare de Dunkerque),
- site internet de la CUD, site internet dédié et registre dématérialisé.

Le dossier était consultable dans les différentes mairies et à la CUD ainsi que sur le site internet dédié et le site du registre numérique.

L'avis de la CDNPS est favorable, sous réserve de la prise en compte des remarques de la DRAC.

La consultation des personnes publiques et organismes concernés a amené 3 réponses :

- Conseil départemental du Nord, favorable
- ministère des Armées : favorable à condition de ne procéder à aucun affichage sur les bâtiments militaires
- et préfecture : favorable avec quelques conseils de rédaction pour sécuriser juridiquement le document.

Lors des permanences, j'ai reçu 2 visites : les représentants de JC Decaux et de l'UPE. Il n'y a pas eu de remarques sur les registres des communes, ni au siège de la CUD. Onze contributions ont été déposées sur le registre numérique, dont une de Mme Dujardin, Adjointe à l'urbanisme de la commune de Bray Dunes, une de l'association ADELFA, une de l'UPE et une de JC Decaux, les autres contributions étant anonymisées. Par ailleurs, le registre numérique a enregistré 218 visiteurs ayant consulté le site 245 fois. Il y a eu 208 visualisations de documents, concernant notamment le règlement et le bilan de concertation. Ces mêmes documents ont fait l'objet respectivement de 6 et 3 téléchargements.

### **Questions au pétitionnaire :**

Conformément à la réglementation, un mémoire en réponse doit m'être fourni au plus tard le **8** décembre 2022. Vous pouvez, si vous le souhaitez, produire dans votre mémoire des observations sans rapport avec les points évoqués mais pouvant éclairer le commissaire enquêteur dans la formulation de son avis.

- **Mme Dujardin, Adjointe à l'urbanisme à Bray Dunes** signale ce qui semble être une erreur matérielle : « l'article P.1.2 stipule que la publicité supportée par le mobilier urbain est

autorisée pour une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> et sur une hauteur maximale de 3 m, mais qu'elle est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine, ce qui revient à dire, dans le cas de notre ville de Bray-Dunes que ce type de publicité serait interdit. Or cet article est contradictoire à ce qui avait été établi avec la CUD lors de la phase de concertation sur le RLPI et avec le tableau synthétique du règlement joint à l'enquête qui reprend ce qui est autorisé sur la commune en "vert". » Pouvez-vous confirmer qu'il s'agit d'une erreur matérielle et si oui la rectifier ?

- Lors de la réunion de la **CDNPS, le représentant de la DRAC** formule plusieurs remarques :
  - Les dispositifs de petit format ne sont soumis qu'aux dispositions du Règlement national de publicité, c'est insuffisant, notamment dans les centres anciens.
  - Il demande de préciser si la publicité numérique sur mobilier urbain est autorisée ou non en zone P1 (espaces naturels).
  - Il pense que les mesures concernant le mobilier urbain en zone P2 et P3 ne sont pas cohérentes. Par exemple, elles permettraient d'avoir une publicité sur un abribus place du Vieux marché aux chevaux à Bourbourg mais pas place de la gare.
  - L'intitulé de la zone P2 est à revoir : ne pas parler d'abords mais de périmètre de protection autour des bâtiments historiques. Le représentant de la DRAC fait remarquer qu'il aurait mieux valu s'appuyer sur des critères de terrain plutôt que sur le tracé des servitudes pour protéger au mieux les perspectives.
  - Le RLPI prévoit que l'autorisation d'une enseigne peut être refusée si elle porte atteinte à la sécurité des usagers de la voie publique. Il rappelle que le RLPI n'a pas vocation à traiter ce problème, ce qui pourrait fragiliser sa position juridique.
  - L'article E-F affirme que les chevalets sont autorisés. Il aurait mieux valu dire « peuvent être autorisés » car ils sont soumis à l'obtention d'une autorisation d'occupation du domaine public qui n'est pas forcément accordée.
  - L'article E 1-6 affirme que les enseignes numériques sont interdites mais l'article E-G énonce des prescriptions sur les enseignes lumineuses dans les vitrines. Ces enseignes sont-elles autorisées ou interdites ?
  - La DRAC, appuyée par Mme Vanhille, maire de Zuydcoote, regrette que les immeubles protégés du PLUi (Plan local d'urbanisme intercommunal) ne soient pas repris dans le RLPI.
  
- **La préfecture :**
  - Demande que soit établie une règle de densité en zone P1 et P2 pour assurer que les orientations très protectrices concernant ces zones soient respectées.
  - Demande de préciser les règles applicables aux pré-enseignes en matière d'implantation.
  - Demande que soient mis à jour les arrêtés municipaux délimitant les entrées et sorties des agglomérations, certaines d'entre elles ayant plus de 30 ans.
  - Demande notamment des précisions sur les délimitations des communes de Bourbourg, St Georges sur l'Aa et Ghyvelde à propos des zones réglementant les enseignes.
  - Quelle suite pensez-vous donner à ces points ?

- **Le Département** signale que la porte Jean Bart n'est pas reprise dans la liste des monuments historiques. Votre architecte précise que cette porte fait partie de la protection du site de l'Hôtel de Ville. En avez-vous fait part au Conseil Départemental ?
- **L'ADELFA** demande de limiter au maximum les grands panneaux publicitaires 4X3 et l'interdiction des écrans lumineux. Cette contribution rejoint une **demande générale des citoyens ayant contribué** et qui mettent fortement en cause la pollution visuelle occasionnée par les publicités numériques. Comment le RLPi répond-il à ces demandes, sachant que l'interdiction totale des panneaux lumineux est interdite par le code de l'Environnement ?
- Une contribution mentionne le danger que représente le mobilier urbain pour les piétons et vélos, une autre souligne que les publicités numériques représentent également un danger pour la circulation. Bien que le RLPi n'ait pas vocation à régler les problèmes de sécurité routière, comment pensez-vous que la CUD puisse intervenir pour limiter ces dangers ?
- Plusieurs contributions demandent que la publicité soit très restreinte car elle incite à des achats inutiles voire dangereux pour la planète ou la santé. C'est à la loi de définir les contenus autorisés ou interdits pour la publicité, toutefois le RLPi va aboutir à une limitation des publicités. Pouvez-vous préciser dans quelle mesure ?
- **Les entreprises :**
  - Le représentant des professionnels fait remarquer lors de la réunion de la CDNPS, que les panneaux 4X3 disparaissent dans 4 zones sur 6 et se retrouvent dans des zones excentrées, mobilier urbain inclus. Pour lui, l'équilibre entre cadre de vie et liberté d'information et de commerce n'est pas respecté. Il alerte sur l'interdiction de toute publicité numérique dans les vitrines. La notion d'entrée de ville n'est pour lui pas suffisamment définie.
  - Lors de ma rencontre avec un représentant de JC Decaux, au cours de ma permanence du 14 novembre, celui-ci a centré son intervention sur le mobilier urbain. Il m'a fait remarquer que 50% des panneaux grand format de mobilier urbain allaient disparaître. Le RLPi remet en cause selon lui l'équilibre économique prévu au sein des contrats de mobilier urbain, alors même que celui-ci apporte un service au public (abribus, information des collectivités locales). Il insiste sur le fait que la gestion du mobilier urbain fait l'objet régulièrement d'un appel d'offres. Dans ces appels d'offres, c'est la collectivité qui définit les lieux d'implantations, les formats, la densité des supports et il pense donc qu'il n'est pas nécessaire d'avoir un RLPi très strict car celui-ci, figé pour 10 ou 15 ans, prive les collectivités de possibilités de changer d'avis pour faire face à de nouveaux besoins qui apparaîtraient entre deux appels d'offres. Le prochain appel d'offres est prévu pour 2023. Il demande donc qu'en zone PP2 le mobilier urbain se voit appliquer les règles du code de l'Environnement, moins strict et « préserver ainsi la possibilité pour la collectivité de communiquer sur du mobilier urbain de grand format » (8 m<sup>2</sup> par 6 m de haut). Concernant la publicité numérique sur mobilier urbain, il demande là aussi l'application du code de l'Environnement dans les zones P2 et P4, « dans la mesure où les conditions d'exploitation sont entièrement

cadrées par contrat ». Il rappelle que l'ABF et la commune peuvent interdire toute publicité aux abords des monuments historiques dans que cela soit réglementé par le RLPi.

- Le représentant de l'UPE rencontré lors de ma permanence du 14 novembre attire lui aussi l'attention sur le fait que l'équilibre protection du cadre de vie / développement économique n'est pas préservé. L'UPE est cependant d'accord sur le fait qu'une réglementation de la publicité extérieure est nécessaire et accompagne les collectivités pour ce faire. Il rappelle qu'une taxe locale sur la publicité extérieure est versés aux communes. Il énumère plusieurs demandes concernant le projet de RLPi :
  - Article PH La publicité numérique est interdite dans les vitrines. Ceci est illégal. De plus ce type d'information peut être un service : heures d'ouverture ou offres immobilières par exemple. Il propose d'en réguler la surface et les horaires d'extinction. Il m'informe que pour prévenir les nuisances visuelles, certains matériels sont dotés de capteur qui permette d'abaisser la luminosité de l'écran quand la luminosité extérieure faiblit.
  - Article P4.2 réglementant la publicité en entrée de ville. Il fait remarquer que les limites des zones d'agglomération bougent régulièrement avec les modifications de l'urbanisme et que les panneaux d'entrée de ville ne sont plus positionnés correctement. De ce fait calculer la longueur de 100m applicable peut donner lieu à des difficultés d'interprétation ou ne pas correspondre aux réalités de terrain. De ce fait, certains panneaux vont devoir être retirés alors qu'au vu de la situation réelle, ils auraient pu rester en place. Une réglementation ne peut être basée sur des repères mouvants dans l'espace et le temps. Il propose de supprimer cette disposition.
  - Article P4.3 Les publicités sont interdites sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur à 30 m. Le représentant de l'UPE fait remarquer qu'en ville les unités foncières avec façade supérieure à 30 m sont rarissimes et que cette mesure équivaut donc presque à une interdiction. Par ailleurs imposer un linéaire sur un support mural n'apporte selon lui pas d'amélioration pour l'environnement car la publicité ne crée pas un obstacle à la vue, le mur constituant déjà en lui-même un obstacle. Il demande conc que l'article soit revu pour préciser que les 30 m de linéaires sont demandés uniquement pour la publicité scellée au sol.
  - Article P4.10 domaine ferroviaire. L'UPE demande que soit précisé que la publicité est admise sur les quais **et les parvis des gares**. Celles-ci font en effet partie du domaine ferroviaire.
  - Article P4.9 publicité sur bâche. Les publicités sur bâche autre que sur bâches de chantier sont interdites. L'UPE ne comprend ce qu'apporte cette précision, puisque toutes les publicités sur bâches sont soumises à autorisation du maire, ce qui est plus souple quand la commune veut par exemple exceptionnellement faire une publicité sur bâche à l'occasion d'un évènement culturel ou sportif. L'organisation demande donc l'application du RNP.
  - Article P5.2 publicité dans la zone du Grand port maritime. La publicité y est interdite. Cela prive le port de la redevance qui est due. Il existe aujourd'hui

des publicités le long des grandes voies urbaines du port. L'UPE propose que soient autorisées ces publicités avec une condition de densité : 100 m entre deux dispositifs comme pour le domaine ferroviaire.

Conformément à la réglementation, un mémoire en réponse doit m'être fourni au plus tard le **8 décembre 2022**. Vous pouvez, si vous le souhaitez, produire dans votre mémoire des observations sans rapport avec les points évoqués mais pouvant éclairer le commissaire enquêteur dans la formulation de son avis.

Le **24 novembre 2022**, La Commissaire enquêteur, Myriam Duchene



## 6.2 Mémoire en réponse



# MEMOIRE EN REPONSE

## AU PROCES VERBAL DE SYNTHESE DE L'ENQUETE PUBLIQUE DU RLPi

### DE MADAME MYRIAM DUCHENE, COMMISSAIRE ENQUETEUR

## 8 décembre 2022

### Questions au pétitionnaire :

- Mme Dujardin, Adjointe à l'urbanisme à Bray Dunes signale ce qui semble être une erreur matérielle : « l'article P.1.2 stipule que la publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée pour une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> et sur une hauteur maximale de 3 m, mais qu'elle est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine, ce qui revient à dire, dans le cas de notre ville de Bray-Dunes que ce type de publicité serait interdit. Or cet article est contradictoire à ce qui avait été établi avec la CUD lors de la phase de concertation sur le RLPi et avec le tableau synthétique du règlement joint à l'enquête qui reprend ce qui est

autorisé sur la commune en "vert". » Pouvez-vous confirmer qu'il s'agit d'une erreur matérielle et si oui la rectifier ?

### Réponse de la CUD

**Lors de la procédure de concertation, la DDTM nous a informés du changement de doctrine de l'Etat avec prise en compte immédiate d'une nouvelle interprétation pour les mobiliers urbains supportant de la publicité. Seul le mobilier urbain publicitaire numérique était interdit dans les communes susvisées. Cette interdiction englobe désormais tout type de mobilier urbain publicitaire.**

**Est donc appliquée désormais la réglementation nationale au sens de l'article R.581-31. Sans prise en compte de cette disposition, le RLPi pourrait se retrouver fragilisé. Cette nouvelle lecture n'interdit pas l'implantation de mobilier urbain uniquement destiné à recevoir la communication des communes. (Cf. page 17 du rapport de présentation où est indiqué que sont exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité).**

- Lors de la réunion de la **CDNPS**, **le représentant de la DRAC** formule plusieurs remarques :
  - o Les dispositifs de petit format ne sont soumis qu'aux dispositions du Règlement national de publicité, c'est insuffisant, notamment dans les centres anciens.

### Réponse de la CUD

**Les récents jugements (2021) des tribunaux administratifs de Bordeaux et de Toulouse, interdisent leur réglementation par le biais d'un RLPi, dans les lieux où ils sont admis. Le Règlement National de la Publicité s'applique pour ces dispositifs en toutes zones : dans les secteurs protégés, si leur interdiction n'est pas levée, ils restent interdits. C'est l'option qui a été retenue par la CUD.**

- o Il demande de préciser si la publicité numérique sur mobilier urbain est autorisée ou non en zone P1 (espaces naturels).

### Réponse de la CUD

**La lecture de l'article P.1.3 sous-entend cette interdiction. Pour éviter toute interprétation, la mention d'interdiction sur mobilier urbain y sera précisée.**

- o Il pense que les mesures concernant le mobilier urbain en zone P2 et P3 ne sont pas cohérentes. Par exemple, elles permettraient d'avoir une publicité sur un abribus place du Vieux marché aux chevaux à Bourbourg mais pas place de la gare.

### Réponse de la CUD

**Il n'y a pas d'incohérence car à Bourbourg (commune de moins de 10.000 habitants Hors Unité Urbaine) le mobilier urbain est interdit en P2 et P3.**

- o L'intitulé de la zone P2 est à revoir : ne pas parler d'abords mais de périmètre de protection autour des bâtiments historiques. Le représentant de la DRAC fait remarquer qu'il aurait mieux valu s'appuyer sur des critères de terrain plutôt que sur le tracé des servitudes pour protéger au mieux les perspectives.

### Réponse de la CUD

**L'intitulé sera modifié dans le règlement. Les données du PLUI ont été utilisées pour définir les zones.**

- Le RLPi prévoit que l'autorisation d'une enseigne peut être refusée si elle porte atteinte à la sécurité des usagers de la voie publique. Il rappelle que le RLPi n'a pas vocation à traiter ce problème, ce qui pourrait fragiliser sa position juridique.

#### Réponse de la CUD

##### **La mention sera supprimée.**

- L'article E-F affirme que les chevalets sont autorisés. Il aurait mieux valu dire « peuvent être autorisés » car ils sont soumis à l'obtention d'une autorisation d'occupation du domaine public qui n'est pas forcément accordée.

#### Réponse de la CUD

##### **Il y a une confusion entre publicité et enseigne. Dans le cas spécifié, le représentant de la DRAC parle de dispositifs publicitaires. Or l'article EF traitant des enseignes, la demande n'a donc pas lieu d'être prise en compte.**

- L'article E 1-6 affirme que les enseignes numériques sont interdites mais l'article E-G énonce des prescriptions sur les enseignes lumineuses dans les vitrines. Ces enseignes sont-elles autorisées ou interdites ?

#### Réponse de la CUD

##### **Les enseignes lumineuses dans les vitrines, dont les numériques ne peuvent être interdites mais seulement règlementées en dimension et en nombre. Le règlement doit donc être modifié (article à ajouter : surface, quantité...).**

- La DRAC, appuyée par Mme Vanhille, maire de Zuydcoote, regrette que les immeubles protégés du PLUi (Plan local d'urbanisme intercommunal) ne soient pas repris dans le RLPi.
- Pensez-vous rectifier ces éléments ?

#### Réponse de la CUD

##### **Le règlement proposé est déjà très ambitieux et permet déjà une protection de bon nombre d'entre eux. Ce travail pourra éventuellement être réalisé lors d'une modification ou une révision.**

##### **- La préfecture :**

- Demande que soit établie une règle de densité en zone P1 et P2 pour assurer que les orientations très protectrices concernant ces zones soient respectées.

#### Réponse de la CUD

**En zone P1 et P2, le mobilier urbain est admis en application de l'article L.581-8. Le Code de l'environnement ne lui fixe pas de règles de densité et la collectivité n'a pas souhaité durcir les règles déjà instituées par le RNP. D'une part, le mobilier urbain est interdit dans les communes de moins de 10.000 habitants hors unité urbaine. D'autre part, les implantations du mobilier urbain sont liées aux contrats qui en précisent les règles.**

**La publicité sur bâche en zone P2 est soumise à autorisation et aux règles de surface du RNP. Elle est interdite dans les communes de moins de 10.000 habitants.**

**Toutes autres formes de publicité dans ces zones étant interdites, il n'y a pas lieu de fixer des règles de densité.**

- Demande de préciser les règles applicables aux pré-enseignes en matière d'implantation.

#### **Réponse de la CUD**

**En préambule du RLPi, il est précisé : « Conformément à l'article L.581-19 du code de l'environnement, en agglomération, les préenseignes sont soumises au même régime que la publicité. Par conséquent, les dispositions du présent règlement régissant la publicité s'appliquent également aux préenseignes, à l'exclusion toutefois des préenseignes dérogatoires au sens du 3ème alinéa de l'article L.581-19 du code de l'environnement ».**

**En agglomération, publicités et préenseignes suivent donc le même régime. Il ne peut donc y avoir de règles spécifiques à ce type de dispositifs.**

**Hors agglomération, conformément à l'article R.581-66, seules les préenseignes dérogatoires sont admises. Ces dispositifs ne peuvent pas être réglementés.**

- Demande que soient mis à jour les arrêtés municipaux délimitant les entrées et sorties des agglomérations, certains d'entre eux ayant plus de 30 ans.

#### **Réponse de la CUD**

**Ce travail a été mené avec les communes néanmoins nous allons réaliter les communes sur ce sujet. Les arrêtés des limites d'agglomérations ne nécessitent une mise à jour que si ceux-ci ne correspondent plus à la réalité physique. Si tel était le cas, les mises à jour seront effectuées avant l'approbation.**

- Demande notamment des précisions sur les délimitations des communes de Bourbourg, St Georges sur l'Aa et Ghyvelde à propos des zones réglementant les enseignes.

#### **Réponse de la CUD**

**Un travail de fond a été réalisé avec les communes. Tous les projets de plans de zonage ont été transmis et validés par les communes avant l'arrêt. Les délimitations peuvent être justifiées.**

- **Le Département** signale que la porte Jean Bart n'est pas reprise dans la liste des monuments historiques. Votre architecte précise que cette porte fait partie de la protection du site de l'Hôtel de Ville. En avez-vous fait part au Conseil Départemental ?

#### **Réponse de la CUD**

**La porte Jean Bart est bien inscrite à l'inventaire des Monuments Historiques. Sa protection est incluse dans celle de l'hôtel de ville, il en est fait mention page 28 du rapport de présentation.**

- L'ADELFA demande de limiter au maximum les grands panneaux publicitaires 4X3 et l'interdiction des écrans lumineux. Cette contribution rejoint une **demande générale des citoyens ayant contribué** et qui mettent fortement en cause la pollution visuelle occasionnée par les publicités numériques. Comment le RLPi répond-il à ces demandes, sachant que l'interdiction totale des panneaux lumineux n'est pas permise par le code de l'Environnement ?

### Réponse de la CUD

**Le Règlement Local de Publicité intercommunal a bien intégré les demandes de l'ADELFA. Les dispositions du RLPi tendent à faire disparaître un grand nombre de dispositifs sur le territoire, et également à réduire les surfaces. La publicité numérique est autorisée uniquement en zone P4 sur mobilier urbain avec une surface limitée à 2 m<sup>2</sup> et en zone P5 avec une surface de 8 m<sup>2</sup> et une interdistance de 200 mètres entre 2 dispositifs.**

- Une contribution mentionne le danger que représente le mobilier urbain pour les piétons et vélos, une autre souligne que les publicités numériques représentent également un danger pour la circulation. Bien que le RLPi n'aie pas vocation à régler les problèmes de sécurité routière, comment pensez-vous que la CUD puisse intervenir pour limiter ces dangers ?

### Réponse de la CUD

**Cette contribution est sans objet avec l'élaboration du RLPi. Néanmoins la réglementation mise en place permettra de limiter le nombre de dispositifs et améliorera donc la sécurité. La Communauté Urbaine de Dunkerque est très attentive au développement des transports en commun et mobilités douces : le plan vélo en est une illustration. Tout problème relatif à la voirie peut être signalé à [voirie@cud.fr](mailto:voirie@ cud.fr).**

- Plusieurs contributions demandent que la publicité soit très restreinte car elle incite à des achats inutiles voire dangereux pour la planète ou la santé. C'est à la loi de définir les contenus autorisés ou interdits pour la publicité, toutefois le RLPi va aboutir à une limitation des publicités. Pouvez-vous préciser dans quelle mesure ?

### Réponse de la CUD

**Cette contribution est sans objet avec l'élaboration du RLPi car ce document ne peut réguler les messages. Néanmoins la limitation du nombre de dispositifs limite la diffusion des messages. Les restrictions de contenu des messages sont liées à des réglementations spécifiques. Pour exemple, la loi EVIN de 1991 sur l'alcool et la publicité.**

- Les entreprises :
  - o Le représentant des professionnels fait remarquer lors de la réunion de la CDNPS, que les panneaux 4X3 disparaissent dans 4 zones sur 6 et se retrouvent dans des zones excentrées, mobilier urbain inclus. Pour lui, l'équilibre entre cadre de vie et liberté d'information et de commerce n'est pas respecté. Il alerte sur l'interdiction de toute

publicité numérique dans les vitrines. La notion d'entrée de ville n'est pour lui pas suffisamment définie.

### Réponses de la CUD

**Le RLPi n'interdit pas la publicité en tous lieux et tous formats. Les dispositions prises par celui-ci visent à respecter l'équilibre du projet entre liberté d'expression et protection du cadre de vie.**

**Les enseignes lumineuses dans les vitrines, dont les numériques ne peuvent être interdites mais seulement règlementées en dimension et en nombre. Le règlement doit donc être modifié (précisions à apporter concernant la surface, le nombre...).**

**La notion d'entrée de villes est précisée en pages 42 et 43 du rapport de présentation. Néanmoins, la rédaction sera affinée pour une meilleure compréhension et application du règlement.**

- Lors de ma rencontre avec un représentant de JC Decaux, au cours de ma permanence du 14 novembre, celui-ci a centré son intervention sur le mobilier urbain. Il m'a fait remarquer que 50% des panneaux grand format de mobilier urbain allaient disparaître. Le RLPi remet en cause selon lui l'équilibre économique prévu au sein des contrats de mobilier urbain, alors même que celui-ci apporte un service au public (abribus, information sur les activités des collectivités locales). Il insiste sur le fait que la gestion du mobilier urbain fait l'objet régulièrement d'un appel d'offres. Dans ces appels d'offres, c'est la collectivité qui définit les lieux d'implantation, les formats, la densité des supports et il pense donc qu'il n'est pas nécessaire d'avoir un RLPi très strict car celui-ci, figé pour 10 ou 15 ans, prive les collectivités de possibilités de changer d'avis pour faire face à de nouveaux besoins qui apparaîtraient entre deux appels d'offres. Le prochain appel d'offres est prévu pour 2023. Il demande donc qu'en zone PP2 le mobilier urbain se voit appliquer les règles du code de l'Environnement, moins strict et « préserver ainsi la possibilité pour la collectivité de communiquer sur du mobilier urbain de grand format » (8 m<sup>2</sup> par 6 m de haut). Concernant la publicité numérique sur mobilier urbain, il demande là aussi l'application du code de l'Environnement dans les zones P2 et P4, « dans la mesure où les conditions d'exploitation sont entièrement cadrées par contrat ». Il rappelle que l'ABF et la commune peuvent interdire toute publicité aux abords des monuments historiques dans que cela soit réglementé par le RLPi.

### Réponse de la CUD

**Concernant la gestion du mobilier urbain et notamment le mobilier urbain de grand format 8 m<sup>2</sup> ou encore la publicité numérique sur mobilier urbain en zone P2 et P4, le RLPi traduit des choix politiques.**

- Le représentant de l'UPE rencontré lors de ma permanence du 14 novembre attire lui aussi l'attention sur le fait que l'équilibre protection du cadre de vie / développement économique n'est pas préservé. L'UPE est cependant d'accord sur le fait qu'une réglementation de la publicité extérieure est nécessaire et accompagne les collectivités

pour ce faire. Il rappelle qu'une taxe locale sur la publicité extérieure est versés aux communes. Il énumère plusieurs demandes concernant le projet de RLPi :

- Article PH La publicité numérique est interdite dans les vitrines. Ceci est illégal. De plus ce type d'information peut être un service : heures d'ouverture ou offres immobilières par exemple. Il propose d'en réguler la surface et les horaires d'extinction. Il m'informe que pour prévenir les nuisances visuelles, certains matériels sont dotés de capteur qui permette d'abaisser la luminosité de l'écran quand la luminosité extérieure faiblit.

### Réponse de la CUD

**Les enseignes lumineuses dans les vitrines, dont les numériques ne peuvent être interdites mais seulement règlementées en dimension et en nombre. Le règlement doit donc être modifié (précisions à apporter concernant la surface, le nombre...).**

- Article P4.2 réglementant la publicité en entrée de ville. Il fait remarquer que les limites des zones d'agglomération bougent régulièrement avec les modifications de l'urbanisme et que les panneaux d'entrée de ville ne sont plus positionnés correctement. De ce fait calculer la longueur de 100m applicable peut donner lieu à des difficultés d'interprétation ou ne pas correspondre aux réalités de terrain. De ce fait, certains panneaux vont devoir être retirés alors qu'au vu de la situation réelle, ils auraient pu rester en place. Une réglementation ne peut être basée sur des repères mouvants dans l'espace et le temps. Il propose de supprimer cette disposition.

### Réponse de la CUD

**La notion d'entrée de villes est précisée en pages 42 et 43 du rapport de présentation. Néanmoins, la rédaction sera affinée pour une meilleure compréhension et application du règlement.**

- Article P4.3 Les publicités sont interdites sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur à 30 m. Le représentant de l'UPE fait remarquer qu'en ville les unités foncières avec façade supérieure à 30 m sont rarissimes et que cette mesure équivaut donc presque à une interdiction. Par ailleurs imposer un linéaire sur un support mural n'apporte selon lui pas d'amélioration pour l'environnement car la publicité ne crée pas un obstacle à la vue, le mur constituant déjà en lui-même un obstacle. Il demande donc que l'article soit revu pour préciser que les 30 m de linéaires sont demandés uniquement pour la publicité scellée au sol.

### Réponse de la CUD

**Il s'agit d'une décision de la collectivité.**

- Article P4.10 domaine ferroviaire. L'UPE demande de préciser que la publicité est admise sur les quais **et aussi sur les parvis des gares**. Celles-ci font en effet partie du domaine ferroviaire.

## Réponse de la CUD

**La publicité sur les quais de gare est admise. Les parvis, quant à eux, hors domaine ferroviaire, sont soumis à la réglementation de la zone dans laquelle ils se situent.**

- Article P4.9 publicité sur bâche. Les publicités sur bâche autre que sur bâches de chantier sont interdites. L'UPE ne comprend pas ce qu'apporte cette précision, puisque toutes les publicités sur bâches sont soumises à autorisation du maire. L'organisation demande donc l'application du RNP. Quand la commune veut par exemple exceptionnellement faire une publicité sur bâche hors chantier à l'occasion d'un événement culturel ou sportif cela resterait possible.

## Réponse de la CUD

**Il y a une distinction à faire entre bâche publicitaire et bâche de chantier.**

**Les bâches de chantier peuvent financer une partie du chantier.**

**Les bâches publicitaires ne font pas l'objet d'un enjeu particulier dans la CUD puisqu'aucun dispositif de ce type n'a été recensé lors du diagnostic.**

**En ce qui concerne les bâches signalant des événements culturels et sportifs, il s'agit de pré enseignes temporaires. Ces dispositifs sont autorisés.**

- Article P5.2 publicité dans la zone du Grand port maritime. La publicité y est interdite. Cela prive le port de la redevance qui est due. Il existe aujourd'hui des publicités le long des grandes voies urbaines du port. L'UPE propose que restent autorisées ces publicités avec une condition de densité : 100 m entre deux dispositifs comme pour le domaine ferroviaire.

## Réponse de la CUD

**La majorité du territoire portuaire est situé « hors agglomération ». De fait, la publicité y est interdite.**

**L'article 3.6 de la charte du GPMD stipule : "L'affichage et la publicité sont interdits tant sur les installations que sur le terrain occupé ». Le GPMD a participé à la concertation lors de l'élaboration du RLPi avec le souhait que sa charte soit reprise dans le RLPi.**

**Cette demande a donc été intégrée dans le texte du règlement.**

## 7 Conclusion du rapport

L'enquête s'est déroulée selon les dispositions de l'arrêté communautaire du 30 septembre 2022 en fixant les modalités. La mise à disposition du public du dossier d'enquête n'a pas posé de difficulté particulière. Conformément à l'arrêté préfectoral en date du 25 janvier 2022, article 4, le dossier soumis à l'enquête, le registre, le rapport et les conclusions avec avis motivés accompagnés des pièces en annexe ont été transmis à Monsieur le président de la Communauté urbaine de Dunkerque, et à

Monsieur le Président du tribunal administratif de Lille. L'avis et les conclusions motivées sont joints au présent rapport sous document séparé.

Le 16/12/2022

La Commissaire enquêtrice,

Myriam DUCHENE

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'MD' or similar initials, written in a cursive style.

## 8 Annexes

### Annexe 1 Affichage sur la plateforme changer la vie ensemble



Règlement Local de Publicité intercommunale

#### **PARTICIPEZ À L'ENQUÊTE PUBLIQUE SUR LE RLPI**

Mise en ligne le 19/10/22

La Communauté urbaine de Dunkerque s'est engagée dans l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunale : le RLPI. Consultez l'ensemble des documents puis donnez votre avis ou posez une question sur l'enquête publique, en vous adressant à l'adresse mail suivante : rpi-de-la-cud@mail.proxiterritoires.fr ou sur le registre en ligne.

**CONSULTER**

Lien consulté 5 fois

#### DERNIÈRES ACTUALITÉS

##### Atelier

Le Département du Nord donne la parole aux seniors

25 Octobre 2022

##### Atelier

Participe à un projet (jeunes pour le climat) !

20 Octobre 2022

##### Concertation

Enquête publique pour le Règlement Local de Publicité intercommunale

18 Octobre 2022



## **Annexe 3 Contributions du public**

Les contributions ne reprenant pas le nom de l'auteur correspondent à des contributions pour lesquelles l'anonymat a été requis. Les contributions mentionnées comme « non publiées » correspondent à des extractions réalisées avant publication. Elles ont été bien entendu rendues visibles deux jours maximum après leur dépôt.

**@1 - FOURNIER NICOLAS****Anonymat** : non**Organisme** : ADELFA / LES AMIS DE LA TERRE**Date de dépôt** : Le 21/10/2022 à 17h01**Lieu de dépôt** : Sur le registre électronique**Etat** : Observation publiée**Objet** : contribution ADELFA / Amis de la Terre

**Contribution** : La publicité dans l'espace public est souvent décriée comme une forme de pollution visuelle qui altère les paysages surtout en entrée de ville. Il faut donc limiter au maximum les grands panneaux publicitaires qui n'ont d'ailleurs d'autre but que de pousser à la surconsommation des ménages. Par ailleurs il faut absolument interdire et éradiquer l'installation de panneaux publicitaires électroniques (écrans lumineux) qui constituent là encore une pollution visuelle importante en plus d'être particulièrement énergivores ! A l'heure où l'on parle de sobriété énergétique ces panneaux lumineux et écrans publicitaires n'ont plus leur place dans l'espace public. Nicolas Fournier Fédération ADELFA Les Amis de la Terre / Dunkerque

**Pièce jointes** : il n'y a pas de pièce jointe à cette contribution.**Ville** : Dunkerque**Adresse email** : nicolas.fournier48@orange.fr (Non validée)**Adresse ip** : 195.101.42.161**@10 - DUJARDIN VERONIQUE****Anonymat** : non**Organisme** : MAIRIE DE BRAY-DUNES**Date de dépôt** : Le 18/11/2022 à 11h26**Lieu de dépôt** : Sur le registre électronique**Etat** : Observation publiée**Objet** : RLPI BRAY-DUNES - Règlement Zone P1

**Contribution** : Je vous transmets, en tant qu'Adjointe à l'Urbanisme, Patrimoine et Développement Durable, au nom de Mme le Maire de Bray-Dunes une observation concernant le Règlement de la zone Zone P1, page 4. En effet, l'article P.1.2 stipule que la publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée pour une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> et sur une hauteur maximale de 3 m, mais qu'elle est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine, ce qui revient à dire, dans le cas de notre ville de Bray-Dunes que ce type de publicité serait interdit. Or cet article est contradictoire à ce qui avait été établi avec la CUD lors de la phase de concertation sur le RLPI et avec le tableau synthétique du règlement joint à l'enquête qui reprend ce qui est autorisé sur la commune en "vert". On voit bien sur ce tableau que le mobilier urbain est autorisé sur notre commune dans la limite de 2 m<sup>2</sup> et 3 m de haut (fichier joint) Nous vous demandons donc de bien vouloir rectifier cette incohérence et de mettre en adéquation l'article P.1.2 du règlement écrit avec le tableau récapitulatif en validant l'autorisation de ce type de publicité sur mobilier urbain dans notre ville.

**Pièce(s) jointe(s)** :

**Date de dépôt :** Le 18/11/2022 à 15h35

**Lieu de dépôt :** Sur le registre électronique

**Etat :** Observation non publiée

**Objet :** Le monde de demain

**Contribution :** Je sais bien que le RLPI régleme les dispositifs et non le contenu des messages. Mais en cas d'évolution de la loi, il serait pertinent d'interdire la publicité faisant la promotion des énergies fossiles, la promotion des voitures les plus polluantes ou encore la publicité pour les liaisons aériennes pour lesquelles il existe une alternative en train.

**Pièce jointes :** Il n'y a pas de pièce jointe à cette contribution.



**Communication  
Extérieure**

Afrique du Sud  
Allemagne  
Angola  
Arabie Saoudite  
Australie  
Autriche  
Azerbaïdjan  
Bahreïn  
Belgique  
Botswana  
Brésil  
Bulgarie  
Cameroun  
Canada  
Chili  
Chine  
Colombie  
Corée du Sud  
Costa Rica  
Côte d'Ivoire  
Croatie  
Danemark  
Émirats Arabes Unis  
Équateur  
Espagne  
Estonie  
Eswatini  
États-Unis  
Finlande  
**France**  
Gabon  
Guatemala  
Honduras  
Hongrie  
Inde  
Irlande  
Israël  
Italie  
Japon  
Kazakhstan  
Lesotho  
Lettonie  
Lituanie  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Maurice  
Mexique  
Mongolie  
Mozambique  
Myanmar  
Namibie  
Nicaragua  
Nigéria  
Norvège  
Nouvelle-Zélande  
Oman  
Ouzbékistan  
Panama  
Paraguay  
Pays-Bas  
Pérou  
Pologne  
Portugal  
Qatar  
République Dominicaine  
République Tchèque  
Royaume-Uni  
Salvador  
Singapour  
Slovaquie  
Slovénie  
Suède  
Suisse  
Tanzanie  
Thaïlande  
Ukraine  
Uruguay  
Zambie  
Zimbabwe

Madame la Commissaire enquêtrice

Règlement Local de Publicité Intercommunal  
Communauté Urbaine de Dunkerque  
Direction Aménagement des Milieux et Valorisation Territoriale

Pertuis de la Marine,  
BP 85530  
59386 DUNKERQUE Cedex 1

Marcq en Baroeul, le 14 novembre 2022

Lettre recommandée avec accusé de réception n° 1A 181 555 9068 0 et adressé par courriel à  
[rpi-de-la-cud@mail.proxiterritoires.fr](mailto:rpi-de-la-cud@mail.proxiterritoires.fr)

**Objet : Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de la  
Communauté Urbaine de Dunkerque**

**A l'attention de Madame Myriam DUCHENE, Commissaire-enquêtrice**

Madame la Commissaire enquêtrice,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du  
Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de la Communauté Urbaine de Dunkerque.

Le RLPi ayant pour but d'encadrer notre activité économique et étant un document voué à  
perdurer dans le temps, nous souhaitons ce jour vous faire part de quelques observations et points  
de vigilance sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

Le futur RLPi de la Communauté Urbaine de Dunkerque est à nos yeux un vrai tournant et a de  
grandes ambitions auxquelles nous adhérons totalement.

Au préalable, il importe de rappeler que le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un  
service public continu et proche des usagers (**service public des transports** pour les abris-  
voyageurs – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs,  
**service public de l'information** pour les mobiliers d'information locale - CE 10 juillet 1996 *Coisne*,  
n°140606) et que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des  
services rendus.

JCDecaux France  
17, rue Soyier - 92200 Neuilly-sur-Seine - France  
Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79 - [www.jcdecaux.fr](http://www.jcdecaux.fr)

Société par Actions Simplifiée au capital de 8 241 669,67 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82 622 044 501

**Date de dépôt :** Le 24/10/2022 à 12h10

**Lieu de dépôt :** Sur le registre électronique

**Etat :** Observation publiée

**Objet :** règlement des enseignes et publicités

**Contribution :** Autant je laisserais libre court aux enseignes qui favorisent le commerce local, autant je refuse toute publicité sur trottoirs, sur murs et sur panneaux car nous n'avons pas besoin qu'on nous pousse à la consommation. Nous avons besoin qu'on nous informe, pas qu'on nous déforme. Je ne prendrai qu'un exemple : les SUV . Les fabricants ont focalisé leurs publicités sur ce véhicule qui leur dégage le maximum de marge. En ont fait un objet de désir et de comparaison sociale. Alors que c'est désastreux en consommation, émissions et pollutions. Et hélas cela a boosté les ventes. La crise climatique et la limitation des ressources nous obligent à changer de système! Claire JOANNY

**Pièce jointes :** il n'y a pas de pièce jointe à cette contribution.

@9 - LELIEUR Eveline

**Anonymat :** non

**Date de dépôt :** Le 16/11/2022 à 16h27

**Lieu de dépôt :** Sur le registre électronique

**Etat :** Observation non publiée

**Objet :** Les élus doivent interdire les panneaux publicitaires

**Contribution :** Que l'on trouve de la publicité sur les panneaux du bord des routes, dans ces lieux publics (ou ailleurs) en dit long sur notre société de surconsommation. Ici les paysages sont parasités sans que les citoyens ne le souhaitent. Ne serait-ce pas de l'abus de pouvoir? Ces panneaux sont faits pour attirer notre regard, mais sur une route que l'on soit en voiture, à vélo ou en trottinette est-ce tolérable? La publicité devrait proposer du bonheur, elle engendre des accidents. En fait de bonheur, chacun sent bien que c'est du baratin. Les ressorts psychologiques utilisés ne sont faits que pour mettre les revenus des ventes dans la poche des annonceurs et de ceux qui les soutiennent au dépend du pouvoir d'achat du plus grand nombre. Et si encore c'était éthique ! Mais non, buvez de l'alcool, bonnes gens, mangez du sucre, du gras, des trucs chimiques, achetez du superflus, de l'inutile, de la poudre aux yeux. La pub, tout confondu, c'est 31 milliards d'euros de marché en France et 25% du papier consommé. Pour quelle utilité? L'ARPP, l'autorité de régulation professionnelle de la publicité (oui oui ça existe) retoque bien quelques excès mais il lui reste de la marge. Enfin si vous trouvez qu'abus il y a , c'est à elle que vous pouvez vous plaindre. Et puis le changement climatique invite fortement à la réduction du gâchis, à la sobriété heureuse, aux achats réfléchis, au respect des biens communs, de la nature. Evidemment la publicité s'est emparée de ce changement idéologique indispensable et utile aux consommateurs. Mais c'est un comble, elle parvient à vous fait croire que vous participerez à ce courant idéologique bienvenu, alors que c'est tout le contraire. C'est éthique ça? Bien entendu il y a bien une loi contre la pub sur les énergies fossiles (22 août 2021) et quelques autres mesures (publicités pour les véhicules les plus polluants interdites à partir de 2028) etc... Ce n'est pas suffisant, le but premier de la publicité est de faire consommer plus. Par les temps qui courent, le bien public, le pouvoir d'achat, la lutte contre la crise climatique passent par une réduction de l'inutile, du gâchis, de la surconsommation. Alors les responsables de notre communauté urbaine doivent interdire les panneaux publicitaires sinon, ils s'en rendent complices. Ce serait un manque à gagner certes mais salutaire pour les habitants.

**Pièce jointes :** il n'y a pas de pièce jointe à cette contribution.

**Date de dépôt** : Le 06/11/2022 à 22h26

**Lieu de dépôt** : Sur le registre électronique

**Etat** : Observation publiée

**Objet** : Limitons drastiquement les panneaux publicitaires et interdisions les panneaux lumineux à LED.

**Contribution** : Les panneaux publicitaires sur l'espace public constituent une forme importante de pollution visuelle qui dégrade le cadre de vie, particulièrement en entrée de ville. Il faut donc limiter au maximum les grands panneaux publicitaires qui poussent à la surconsommation des ménages. Selon moi, il faut absolument interdire l'installation de panneaux publicitaires électroniques (écrans à LED) énergivores. La sobriété énergétique tant vantée ces derniers temps trouverait là une mesure exemplaire et efficace. Dans le même esprit, il faut aussi exiger l'extinction, la nuit, des publicités lumineuses.

**Pièce jointes** : il n'y a pas de pièce jointe à cette contribution.



Madame la Commissaire-enquêtrice  
Communauté Urbaine de Dunkerque  
Direction Aménagement des Milieux et  
Valorisation Territoriale  
Pertuis de la Marine  
BP 85530  
59386 Dunkerque cedex 1

Paris, le 9 novembre 2022

À l'attention de Madame Myriam DUCHENE

*Objet : élaboration du règlement local de publicité intercommunal  
Enquête publique*

Madame la Commissaire-enquêtrice,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté Urbaine de Dunkerque arrêté en séance du Conseil communautaire le 30 juin 2022 et soumis actuellement à enquête publique.

En effet, ce projet de RLPi est manifestement contraire à l'obligation de conciliation auquel tout RLP(i) doit répondre et qui est pourtant imposée par le code de l'environnement. Un RLPi est à la fois un acte administratif réglementaire et un acte prescrivant des règles qui s'imposent aux sociétés locales d'affichage et aux enseignants. A cet effet, il doit concilier de manière optimale les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux dans le strict respect de la liberté d'expression.

Or, les découpages du territoire et les règles associées à chacune des zones impactent lourdement le média de la communication extérieure « grand format ».

C'est pourquoi, nous vous présentons nos demandes d'aménagements réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Vous trouverez à cet effet une présentation jointe au présent courrier détaillant nos différentes propositions. Celles-ci demeurent, en tout état de cause, plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L581-14 du code de l'environnement.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Madame la Commissaire-enquêtrice, mes salutations distinguées.

Stéphane DOTTELOONDE  
Président de l'UPE

PJ : dossier de présentation



2, rue Sainte Lucie | 75015 Paris | Tél : 01 47 42 16 28 | Fax : 01 47 42 89 96  
contact@upe.fr | www.upe.fr | SIRET : 30302628000030 | APE : 9411Z

**@5 - Leroy Lise**

**Anonymat** : non

**Organisme** : Citoyenne

**Date de dépôt** : Le 07/11/2022 à 07h56

**Lieu de dépôt** : Sur le registre électronique

**Etat** : Observation non publiée

**Objet** : Publicité

**Contribution** : Bonjour, Les panneaux publicitaires lumineux sont inacceptables en cette période où des personnes en précarité énergétique ne pourront même pas se chauffer au regard de l'augmentation des coûts de l'énergie. Les panneaux des arrêts de bus pourraient être le lieu d'expression des associations environnementales pour informer les habitants sur : \_ des sujets de société (pesticides, méthane, mégabassines...) \_ des alternatives de consommation proposées sur le territoire (épicerie coopérative, groupement d'achat, portrait de producteurs bio sur le territoire, projets collectifs récupération d'eau de pluie ou d'isolation par l'extérieur...) \_ des expositions artistiques. La pub en dehors des arrêts de bus devrait être autorisée uniquement pour la promotion culturelle, santé, vie de quartier...

**Pièces jointes** : Il n'y a pas de pièce jointe à cette contribution.

**Organisme** : Vélorution Dk

**Date de dépôt** : Le 07/11/2022 à 08h55

**Lieu de dépôt** : Sur le registre électronique

**Etat** : Observation publiée

**Objet** : Danger inhérent de la pub

**Contribution** : Le mobilier des pubs est souvent gênant pour la sécurité des piétons ou des cyclistes. 1/ lors de la pose. Les véhicules (JC Décaux sur Dk) se garent illégalement la plupart du temps. lors de la mise en place blocage de trottoir blocage de pistes cyclables ou bandes cyclables masquage des piétons qui traversent aux intersections ou des cyclistes qui arrivent etc... 2/ lors du cycle de vie danger par détournement de l'attention des passants notamment en voiture. masquage de la circulation rétrécissement de circulation sur les trottoirs, voies vertes bref (sans même aborder les problèmes énergétiques, éthiques, esthétiques déjà bien abordés ici) il faut sortir les pubs de notre environnement urbain.

**Pièces jointes** : Il n'y a pas de pièce jointe à cette contribution.

Pour la ville de grande synthe, et l'agglomération dunkerquoise on nous demande de réfléchir après avoir mis en entrée de ville des panneaux lumineux ! Quelque soit la nature de l'information, je suis contre ces panneaux de publicité en tout genre et surtout contre les panneaux lumineux véritable pollution visuelle et énergivore. Il faut aussi exiger l'extinction, la nuit des enseignes lumineuses pour les centres commerciaux et magasins



