



***l'Entrepreneante !***

**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)**

**Tome 1 : Rapport de présentation**

*Pré-projet soumis à la concertation*

## Table des matières

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Table des matières</b> .....  | <b>2</b>  |
| <b>Table des illustrations photographiques et cartographiques</b> .....  | <b>3</b>  |
| <b>Introduction</b> .....  | <b>4</b>  |
| <b>Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure</b> .....                                     | <b>6</b>  |
| 1. Définitions .....   | 6         |
| a) <i>Le Règlement Local de Publicité</i> .....  | 6         |
| b) <i>Le champ d'application de la publicité extérieure</i> .....  | 7         |
| c) <i>Les dispositifs visés par le code de l'environnement</i> .....   | 8         |
| d) <i>La notion de surface unitaire</i> .....  | 9         |
| e) <i>La notion d'agglomération</i> .....  | 10        |
| f) <i>La notion d'unité urbaine</i> .....  | 13        |
| 2. Périmètres patrimoniaux et interdictions de publicité .....   | 13        |
| a) <i>Les interdictions absolues</i> .....   | 13        |
| b) <i>Les interdictions relatives</i> .....  | 17        |
| c) <i>Les secteurs patrimoniaux non réglementaires</i> .....   | 20        |
| 3. Règles applicables au territoire communal .....   | 22        |
| 4. Régime des autorisations et déclarations préalables .....   | 22        |
| a) <i>L'autorisation préalable</i> .....   | 22        |
| b) <i>La déclaration préalable</i> .....   | 22        |
| 5. Compétences en matière de publicité extérieure .....  | 22        |
| 6. Délais de mise en conformité .....  | 23        |
| <b>Enjeux liés au parc local de publicité extérieure</b> .....   | <b>24</b> |
| 1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes .....   | 24        |
| a) <i>Généralités</i> .....  | 24        |
| b) <i>Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain</i> .....                               | 25        |
| c) <i>Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> .....            | 31        |
| d) <i>Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture</i> .....                              | 38        |
| e) <i>Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu</i> .....                          | 42        |
| f) <i>La densité publicitaire</i> .....  | 42        |
| g) <i>Les bâches publicitaires</i> .....   | 43        |
| h) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales</i> .....                       | 45        |
| i) <i>Les dispositifs de dimension exceptionnelle</i> .....  | 46        |
| j) <i>Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération</i> ..... | 47        |
| k) <i>Les publicités sur les véhicules terrestres</i> .....  | 47        |
| l) <i>Les publicités et préenseignes lumineuses</i> .....  | 48        |
| m) <i>Conclusion</i> .....   | 53        |
| <b>Les enjeux en matière d'enseignes</b> .....   | <b>54</b> |
| a) <i>Généralités</i> .....  | 54        |
| b) <i>Les enseignes parallèles au mur</i> .....  | 58        |
| c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur</i> .....  | 59        |
| d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale</i> .....  | 62        |
| e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> .....                             | 62        |
| f) <i>Les enseignes sur clôture</i> .....  | 67        |
| g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu</i> .....                            | 67        |
| h) <i>Les enseignes lumineuses</i> .....   | 70        |
| i) <i>Les enseignes temporaires</i> .....  | 72        |
| j) <i>Conclusion</i> .....   | 73        |
| <b>Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure</b> .....                   | <b>74</b> |
| 1. Les objectifs .....   | 74        |
| 2. Les orientations .....  | 74        |
| <b>Justification des choix retenus</b> .....   | <b>75</b> |

|   |    |
|---|----|
| 1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes ..... | 75 |
| 2. Les choix retenus en matière d'enseignes .....                   | 77 |

## **Table des illustrations photographiques et cartographiques**

|  |    |
|--|----|
| <i>Agglomération de la commune de Liévin .....</i>   | 12 |
| <i>Photographies permettant d'apprécier certains des monuments historiques recensés sur la commune de Liévin.....</i>  | 14 |
| <i>Interdictions relatives de publicité existantes sur le territoire de la commune de Liévin .....</i>   | 15 |
| <i>Interdictions relatives de publicité existantes sur le territoire de la commune de Liévin .....</i>   | 19 |
| <i>Sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO recensés sur le territoire de la commune de Liévin</i>   | 21 |
| <i>Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public.....</i>   | 26 |
| <i>Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public .....</i>   | 26 |
| <i>Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches.....</i>   | 27 |
| <i>Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.....</i>    | 27 |
| <i>Publicité supportée par un mobilier d'informations locales de près de 9 m<sup>2</sup>, rond-point de Sainte Barbe, novembre 2018.....</i>                                   | 29 |
| <i>Enjeux patrimoniaux de la publicité supportée par le mobilier urbain à Liévin.....</i>  | 30 |
| <i>Préenseigne scellée au sol (1,5 mètre carré), Boulevard François Mitterrand, novembre 2018.....</i>   | 32 |
| <i>Préenseigne scellée au sol de plus de 12 mètres carrés, Avenue Jean Jaurès, novembre 2018.....</i>  | 32 |
| <i>Panneaux publicitaires doubles (en V) scellées au sol de plus de 12 mètres carrés sur une même unité foncière, voie privée face à l'enseigne Subway, novembre 2018.....</i> | 33 |
| <i>Enjeux patrimoniaux liés à la publicité scellée au sol à Liévin.....</i>  | 37 |
| <i>Publicités murales de plus de 12 mètres carrés en doublon sur une même unité foncière, rue Thiers, novembre 2018.....</i>   | 39 |
| <i>Publicité murale (3 mètres carrés), Avenue Jean Jaurès, novembre 2018.....</i>  | 39 |
| <i>Enjeux patrimoniaux liés à la publicité apposée sur un mur ou une clôture à Liévin .....</i>  | 41 |
| <i>Micro-affichages publicitaires (0,5 mètre carré par support) sur une devanture, Rue François Courtin, novembre 2018.....</i>  | 46 |
| <i>Cartographie de la pollution lumineuse en France .....</i>  | 49 |
| <i>Publicité scellée au sol éclairée par projection, angle du boulevard François Mitterrand et de la rue Guy Mollet, novembre 2018.....</i>                                    | 52 |
| <i>Publicité numérique scellée au sol, rond-point des Droits de l'Homme, novembre 2018.....</i>  | 52 |
| <i>Publicité numérique murale, intersection des rues François Courtin et de L'Abregain, novembre 2018</i>  | 53 |
| <i>Localisation des enseignes sur la commune de Liévin.....</i>  | 56 |
| <i>Zoom sur le cœur de ville de Liévin.....</i>  | 57 |
| <i>Enseigne parallèle au mur de qualité, rue Jean Baptiste Defernez, novembre 2018.....</i>  | 58 |
| <i>Enseignes parallèles au mur jouant sur le contraste, rue de l'Aubregain, novembre 2018.....</i>   | 58 |
| <i>Enseigne scellée au sol de type « totem » de petit format, rue Joseph Marie Jacquard, novembre 2018..</i>   | 63 |
| <i>Enseigne scellée au sol de type « totem » de petit format, rue du Chevalier de la Barre, novembre 2018</i>  | 63 |
| <i>Enseigne installée sur le sol &lt; 1 m<sup>2</sup>, zone commerciale de Liévin - rue Marie Liétard, novembre 2018... </i>   | 65 |
| <i>Enseignes installées sur le sol &lt; 1 m<sup>2</sup> vues de la RD 58<sup>e</sup>, novembre 2018.....</i>   | 66 |
| <i>Enseignes scellées au sol en surnombre le long d'une voie, rue du Conseil d'État, novembre 2018.....</i>  | 66 |
| <i>Enseigne sur clôture non aveugle, Boulevard François Mitterrand, novembre 2018.....</i>   | 67 |
| <i>Enseigne sur clôture non aveugle, rue Gilles de Roberval, novembre 2018.....</i>  | 67 |
| <i>Enseigne sur toiture de grand format, zone commerciale de Liévin – rue Marie Liétard, novembre 2018 .....</i>   | 68 |
| <i>Enseigne sur toiture de petit format, zone industrielle de l'Alouette, novembre 2018 .....</i>  | 68 |
| <i>Enseigne parallèle au mur éclairée par transparence, Place Gambetta, novembre 2018.....</i>   | 71 |
| <i>Enseigne parallèle au mur éclairée par projection, rue Émile Zola, novembre 2018.....</i>   | 71 |
| <i>Enseigne perpendiculaire numérique, rue Jean Baptiste Defernez, novembre 2018 .....</i>   | 71 |
| <i>Enseigne numérique, ZAC de l'An 2000, novembre 2018.....</i>  | 72 |
| <i>Plan de zonage « publicité » de la commune de Liévin .....</i>  | 76 |
| <i>Plan de zonage « enseigne » de la commune de Liévin .....</i>   | 78 |

## Introduction

La commune de Liévin compte 30 112 habitants<sup>1</sup>. Elle se situe dans le département du Pas-de-Calais en région Hauts-de-France.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression<sup>2</sup>, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012<sup>3</sup> ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982<sup>4</sup> afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation et à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi (Règlement Local de Publicité intercommunal).

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régulant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment sans que cela soit exhaustif :

- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- la réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- la précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares afin de tenir compte de leur spécificité ;
- l'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

<sup>1</sup> Données INSEE de population municipale légale millésimée 2019

<sup>2</sup> L'article L.581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

<sup>3</sup> Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes

<sup>4</sup> Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021<sup>5</sup>.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1<sup>er</sup> du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1<sup>er</sup> du code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP<sup>6</sup> puisque l'article L.581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune de Liévin disposant de la compétence en matière de PLU<sup>7</sup>, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

Le RLP est élaboré sur la même base normative que les PLU et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **la partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au RLP.

Le présent document constitue ainsi le rapport de présentation qui, sur la base d'un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire communal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

---

<sup>5</sup> Article L.581-14-3 du code de l'environnement

<sup>6</sup> Article L.581-14 du code de l'environnement

<sup>7</sup> Article L.5219-5 alinéa I du code Général des Collectivités Territoriales

## **Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure**

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de covisibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

En application du code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, ...

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires tel le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, ...).

Le code de l'environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes concernées par le RLP<sup>8</sup>. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU<sup>9</sup>.

Enfin, le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité.

Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

### **1. Définitions**

#### **a) Le Règlement Local de Publicité**

Le RLP est un document réglementaire opposable aux tiers qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

---

<sup>8</sup> Article L.581-14-2 du code de l'environnement

<sup>9</sup> Article L.621-30 du code du Patrimoine

Il a pour objectif de découper le territoire en une ou plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales<sup>10</sup>.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP approuvé est annexé au PLU le cas échéant.

## **b) Le champ d'application de la publicité extérieure**

Les dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes ne s'appliquent qu'aux messages visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique<sup>11</sup>. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement, sauf si l'utilisation de ce local est principalement celle d'un support de publicité ou lorsque ces messages sont éclairés<sup>12</sup>. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité.

En application du code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation et leur contenu mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc. Le code de l'environnement applique donc le principe de la liberté d'expression<sup>13</sup> aux publicités, enseignes et préenseignes. L'ensemble des dispositions du code de l'environnement et des règlements locaux de publicités ne peuvent ainsi porter que sur les enjeux environnementaux relatifs à la publicité extérieure.

Le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R418-1 à R418-9 du code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité. Le RLPi ne pourra pas revenir sur ces obligations nationales.

---

<sup>10</sup> CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

<sup>11</sup> Par voies ouvertes à la circulation publique, il faut entendre les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif (article R581-1 du code de l'environnement).

<sup>12</sup> En effet, la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets a modifié le code de l'environnement et le nouvel article L581-14-4, indique désormais que « Par dérogation à l'article L581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses. »

<sup>13</sup> Article L581-1 du code de l'environnement

Enfin, il existe d'autres dispositions du même code de l'environnement précisant les modalités d'implantation d'une publicité, d'une enseigne ou encore d'une préenseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

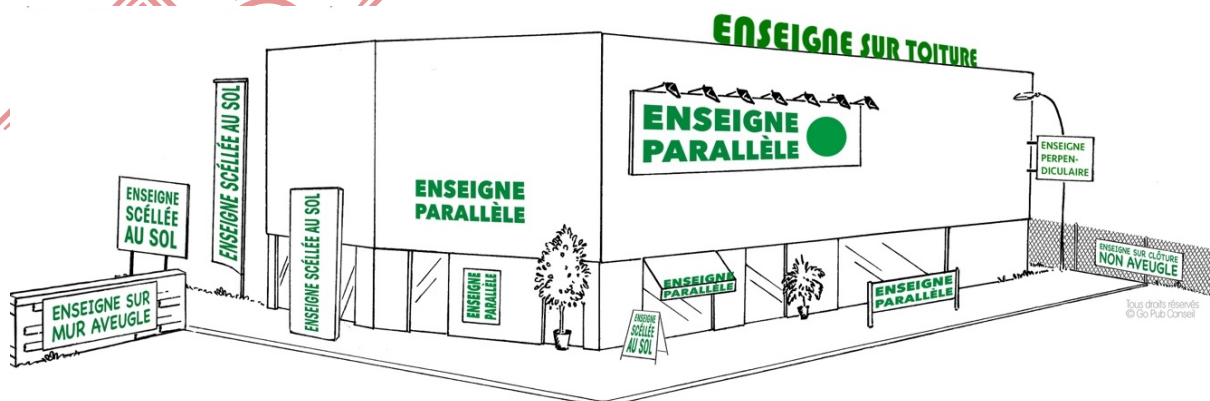
### c) Les dispositifs visés par le code de l'environnement

- Constitue **une publicité**<sup>14</sup>, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.



En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

- Constitue **une enseigne**<sup>15</sup> toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

<sup>14</sup> Article L581-3 alinéa 1 du code de l'environnement

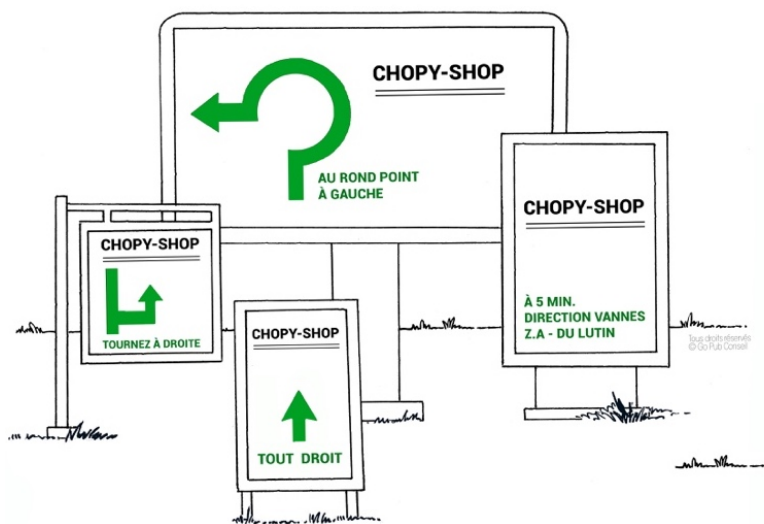
<sup>15</sup> Article L581-3 alinéa 2 du code de l'environnement



L'immeuble doit ici être entendu au sens du code civil, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « relatif à une activité » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public. Il est précisé que le RLP ne régit pas le contenu des enseignes.

- *Constitue une préenseigne<sup>16</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.*



Il s'agit ici d'un message correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

#### d) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse<sup>17</sup> ou non<sup>18</sup> apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier. L'article R.581-42 du code de l'environnement n'autorisant l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction, conformément à l'« Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités », les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

<sup>16</sup> Article L581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

<sup>17</sup> CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

<sup>18</sup> CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

## e) La notion d'agglomération

La notion d'agglomération est définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et préenseignes est définie par le code de la route »<sup>19</sup>. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations, en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde »<sup>20</sup>.

Ses limites sont fixées par arrêté du maire<sup>21</sup> et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité<sup>22</sup>.

Aux termes de l'article L.581-7 du code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière<sup>23</sup>, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places<sup>24</sup>. Elle peut aussi être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des **préenseignes dites dérogatoires** :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, ...);
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Le RLP n'est pas habilité à réglementer les préenseignes dérogatoires.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route ou encore des Relais Information Service (RIS).

|  |  |                       |   |                          |
|--|--|-----------------------|---|--------------------------|
|  | Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales | Activités culturelles | Monuments historiques ouverts à la visite | Préenseignes temporaires |
|--|--|-----------------------|---|--------------------------|

<sup>19</sup> Article L581-7 du code de l'environnement

<sup>20</sup> Article R110-2 du code de la route

<sup>21</sup> Article R411-2 du code de la route

<sup>22</sup> Article R581-78 alinéa 2 du code de l'environnement

<sup>23</sup> Article R.110-2 du code de la route

<sup>24</sup> Article L.581-3 alinéa 3 du code de l'environnement

|   |  |      |       |   |
|---|--|------|-------|---|
| Type de dispositif  | Scellée au sol ou installée directement sur le sol<br>Panneaux plats de forme rectangulaire<br>Mât mono-pied (largeur < 15 cm) |      |       |   |
| Nombre maximum de dispositifs par activité, opération ou monument | 2  | 2    | 4     | 4   |
| Dimensions maximales  | 1 m de hauteur et 1,5 m de largeur<br>2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol   |      |       |   |
| Distance maximale d'implantation                                  | 5 km   | 5 km | 10 km | -   |
| Lieu d'implantation   | Hors agglomération uniquement  |      |       | Hors agglomération et dans les agglomérations < à 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine > à 100 000 habitants                                   |
| Durée d'installation  | Permanente   |      |       | Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération<br>Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération |

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place d'une Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.



La commune de Liévin compte plus de 10 000 habitants. Or, l'unique agglomération mise en évidence sur son territoire comprend la quasi-totalité de ses développements urbains et compte donc elle aussi plus de 10 000 habitants. La carte ci-dessous présente l'agglomération identifiée conformément à la réglementation nationale.



*Agglomération de la commune de Liévin*

## f) La notion d'unité urbaine

La notion d'**unité urbaine** ne correspond pas à une collectivité juridique particulière telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

Elle repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit ainsi l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune de Liévin fait partie de l'unité urbaine Douai-Lens qui regroupe 67 communes et compte 504 281 d'habitants<sup>25</sup>.

Dans cette unité urbaine comptant moins de 800 000 habitants, « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes »<sup>26</sup>.

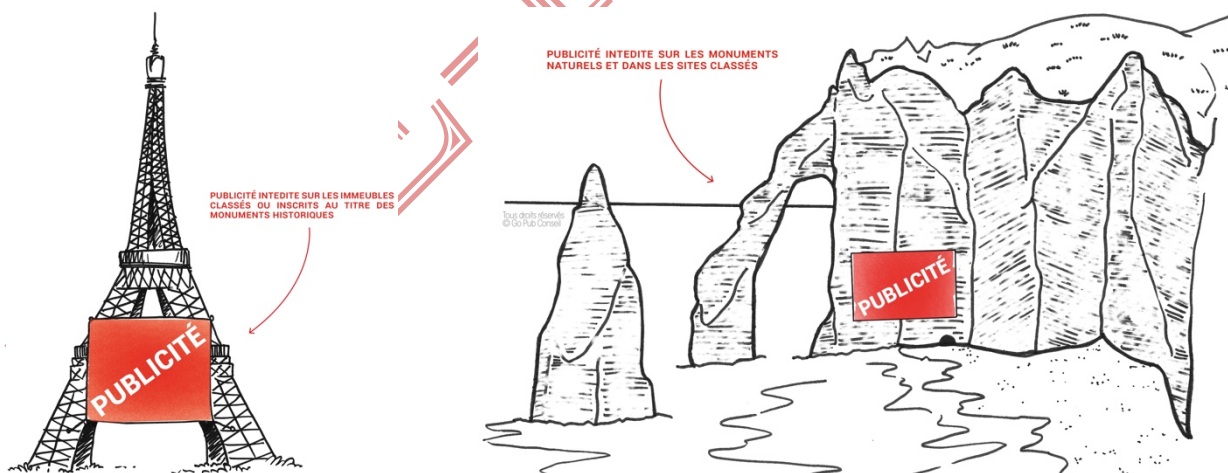
Comme le permet le cadre réglementaire le futur RLP de la commune de Liévin pourra prévoir de contraindre localement davantage ces obligations et modalités d'extinction.

## 2. Périmètres patrimoniaux et interdictions de publicité

### a) Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L.581-4 du code de l'environnement, toute publicité est interdite :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.



Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

En l'espèce la commune de Liévin est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur les trois immeubles inscrits au titre des monuments historiques recensés sur son territoire :

- la Fosse Aimée Tilloy – puits n° 3 (inscrit en 1992, voir photo n°1 ci-dessous),

<sup>25</sup> Données INSEE de population légale millésimée 20158

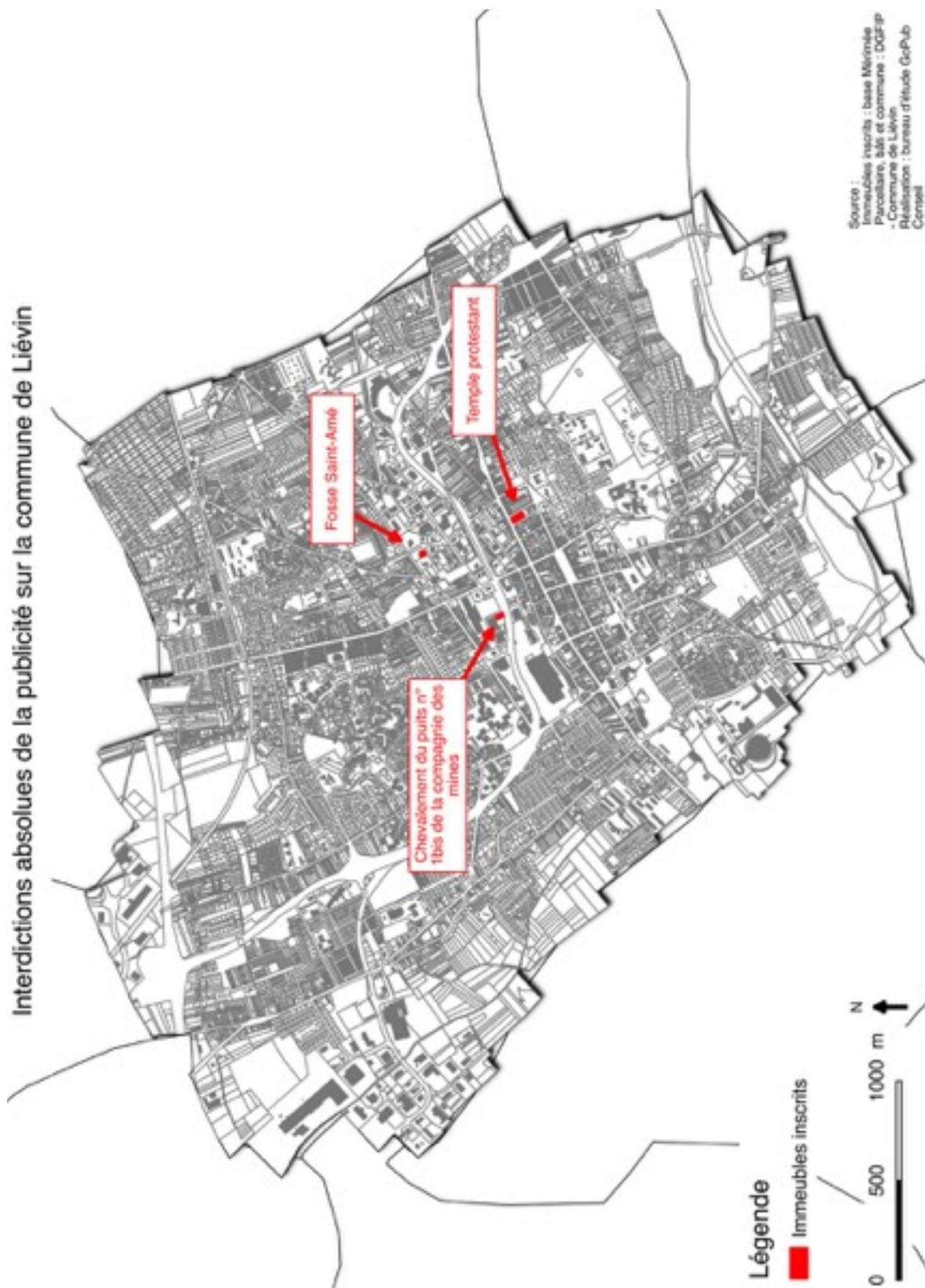
<sup>26</sup> Article R.581-35 du code de l'environnement

- le chevalement du puits n°1 bis de la compagnie des mines de Liévin (inscrit en 2009, voir photo n°1 ci-dessous où on distingue les deux chevalements classés vestiges du passé minier de la ville),
- le temple protestant, ses annexes et son presbytère (inscrits en 2009, voir photo n°2 ci-dessous).



*Photographies permettant d'apprécier certains des monuments historiques recensés sur la commune de Liévin*

# Interdictions absolues de la publicité sur la commune de Liévin

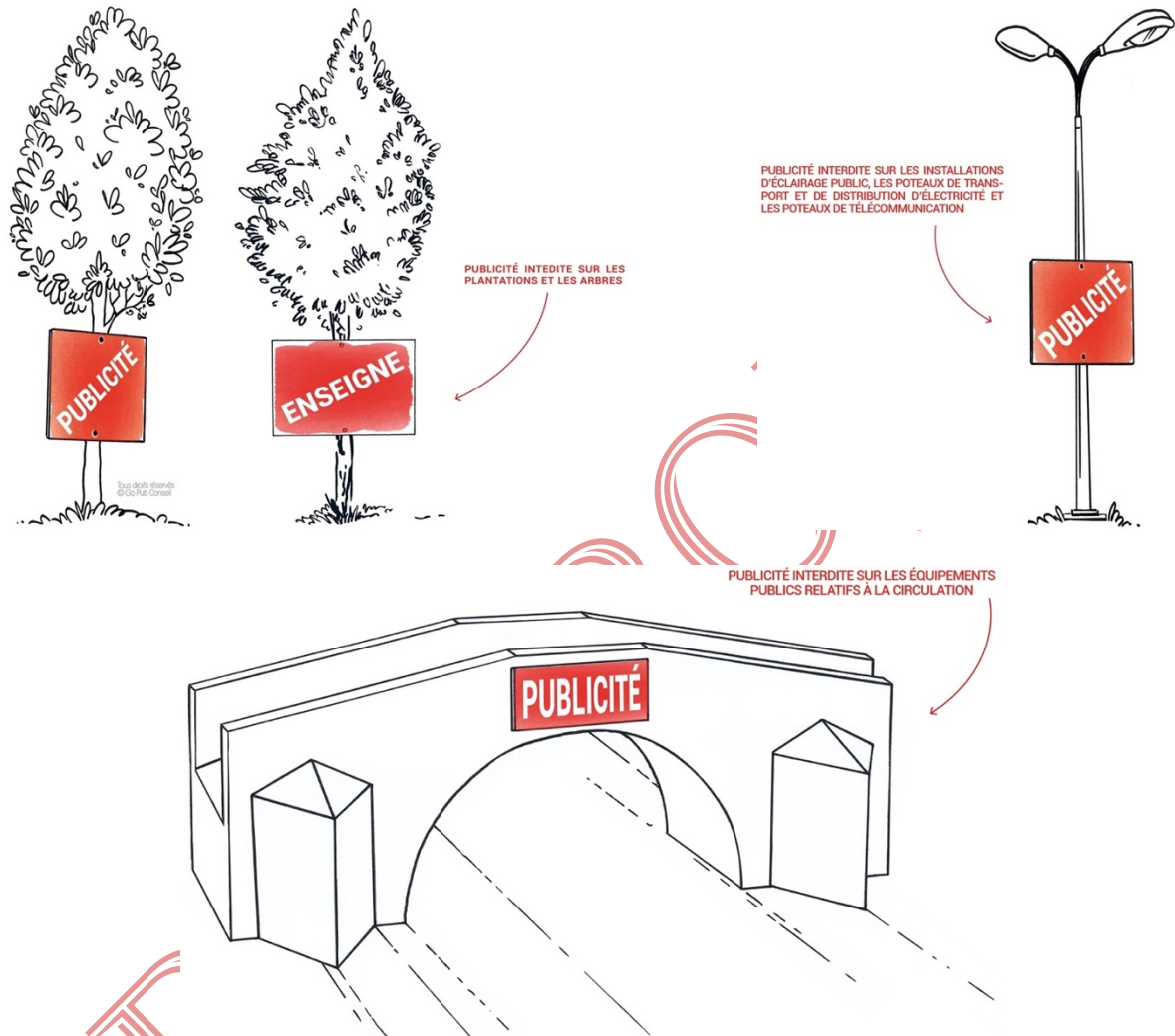


*Interdictions relatives de publicité existantes sur le territoire de la commune de Liévin*

Par ailleurs, la partie réglementaire du code de l'environnement prévoit d'autres interdictions<sup>27</sup>.

Ainsi, la publicité est également interdite :

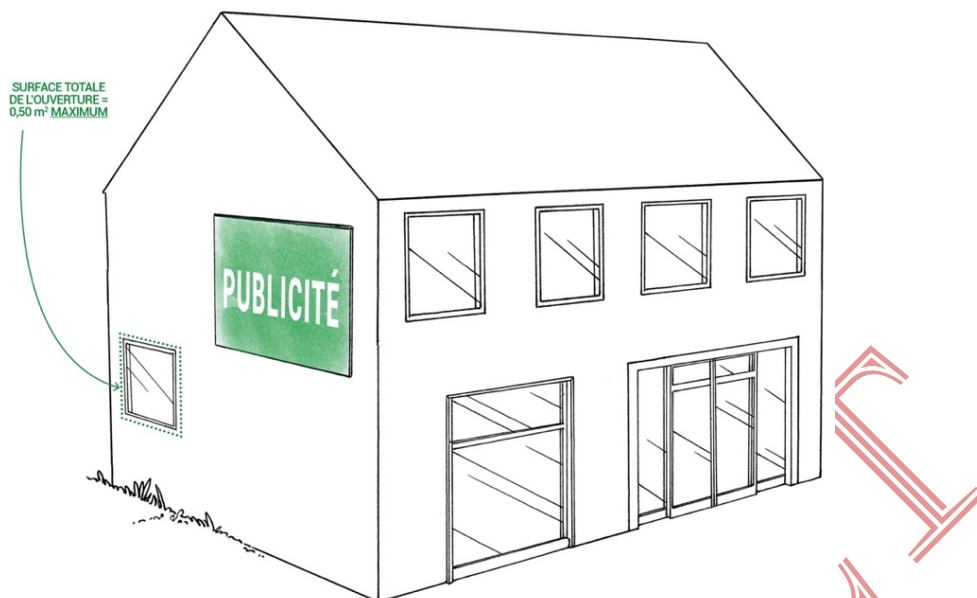
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



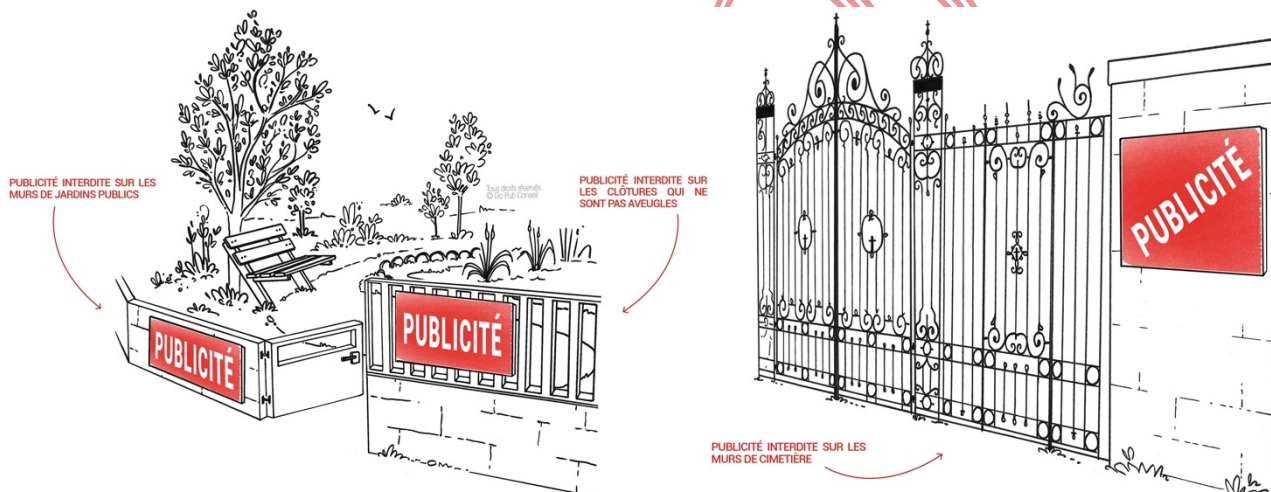
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m<sup>2</sup> ;

<sup>27</sup> Article R.581-22 du code de l'environnement





- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



## b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP<sup>28</sup>.

Ces interdictions relatives concernent :

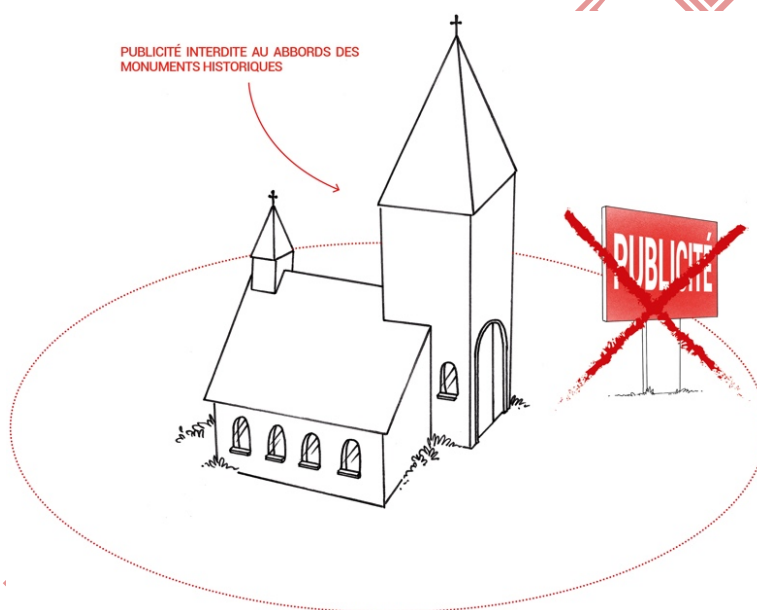
- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du Patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables cités à l'article L.631-1 du même code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 du code de l'environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du code de l'environnement.

<sup>28</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

Le territoire de la commune de Liévin est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* »<sup>29</sup>.

« *La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé* »<sup>30</sup>.

En l'espèce, cette protection s'applique aux abords délimités ou non des trois monuments historiques inscrits cités ci-avant ainsi qu'aux abords de la fosse Pierre Destombes inscrite avec ses équipements (puits, chevalement, tours, bâtiments d'extraction des machines du puits) concernant la commune de Loos-en-Gohelle mais dont les périmètres de protection débordent sur l'extrême nord-est de la commune de Liévin.



<sup>29</sup> Article L.621-30 du code du Patrimoine

<sup>30</sup> Article L.621-30 du code du Patrimoine

# Interdictions relatives de la publicité sur la commune de Liévin



Interdictions relatives de publicité existantes sur le territoire de la commune de Liévin



### c) Les secteurs patrimoniaux non règlementaires

La commune de Liévin appartient au bassin minier du Nord-Pas-de-Calais, site classé par l'UNESCO (Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture créée en 1945).

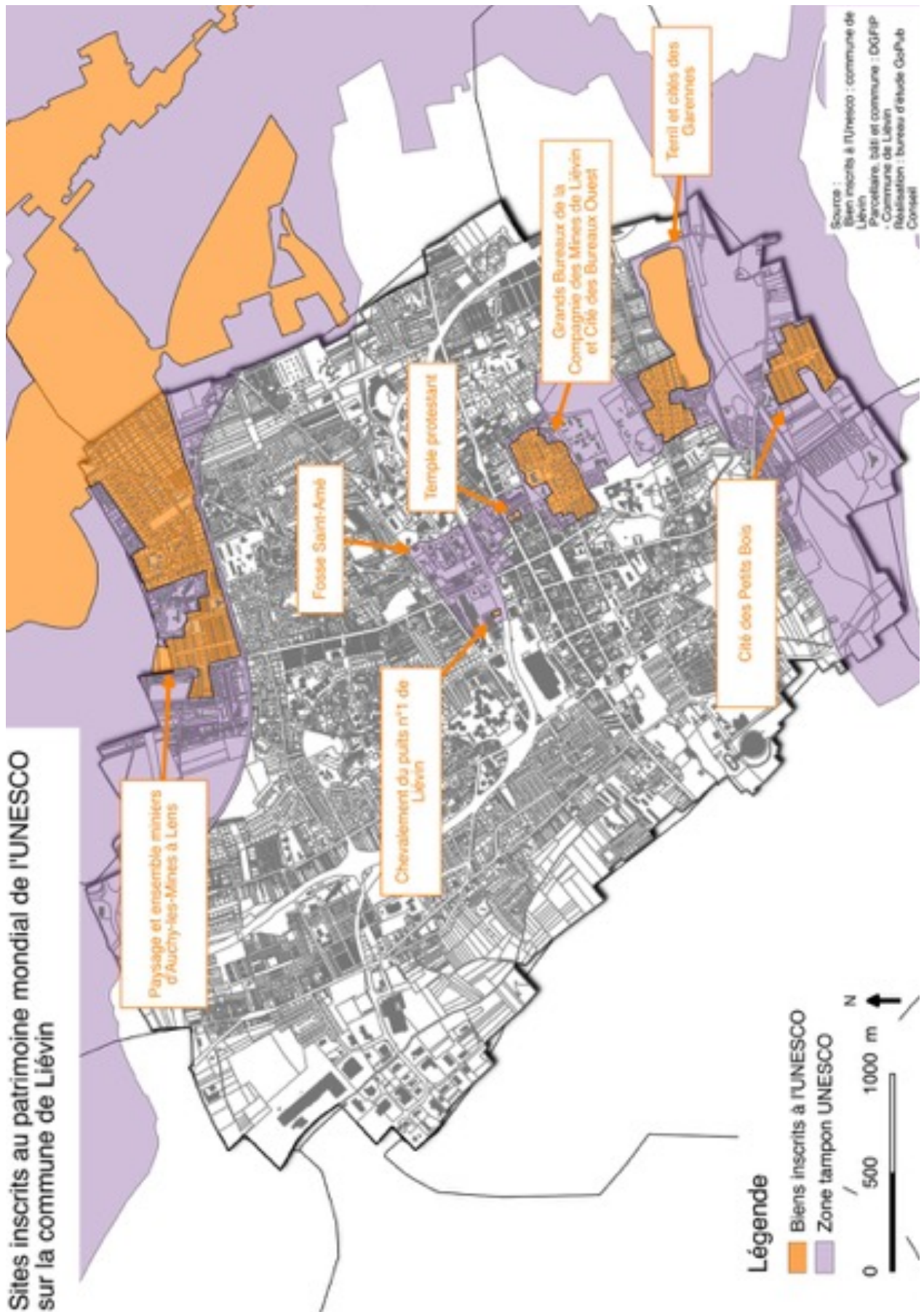
Contrairement aux interdictions absolues ou relatives générés par les patrimoines identifiés aux paragraphes précédents, les secteurs reconnus au patrimoine mondial par l'UNESCO pour leur caractéristiques particulières n'engendrent aucune incidence automatique en matière de publicité extérieure. Le classement au patrimoine mondial de l'UNESCO n'a ainsi pas d'effet direct sur la réglementation des publicités, préenseignes et enseignes dans le droit français.

Toutefois, le RLP peut encadrer la communication économique dans ces secteurs de sorte à maintenir la qualité des éléments de la commune concernés par le classement UNESCO ainsi que les zones-tampons autour d'eux et notamment :

- Élément 63 : paysage et ensembles miniers d'Auchy-les-Mines à Lens (cité pavillonnaire Saint Albert) ;
- Élément 70 : chevalement du 3 bis de Lens ;
- Élément 71 : chevalement du n°1 bis de Liévin ;
- Élément 72 : temple protestant ;
- Élément 73 : grands bureaux de la compagnie des mines de Liévin et cité pavillonnaire des Bureaux Ouest ;
- Élément 74 : terril 80, terril 41 et cité pavillonnaire des Garennes ;
- Élément 75 : cité pavillonnaire des Petits Bois.

PREPROJET

**Sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO  
sur la commune de Liévin**



*Sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO recensés sur le territoire de la commune de Liévin*

### **3. Règles applicables au territoire communal**

La commune de Liévin n'est pas couverte par un RLP. Les règles en vigueur sont donc celles issues du code de l'environnement et concernant les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

### **4. Régime des autorisations et déclarations préalables**

#### **a) L'autorisation préalable**

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité ;
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L. 581-8 ;
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798\*01 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

#### **b) La déclaration préalable**

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799\*01 permet d'effectuer une déclaration préalable.

### **5. Compétences en matière de publicité extérieure**

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

| Cas général              | Absence d'un RLP | Présence d'un RLP       |
|--------------------------|------------------|-------------------------|
| Compétence d'instruction | Préfet           | Maire de chaque commune |
| Compétence de police     | Préfet           | Maire de chaque commune |

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

| Cas dérogatoire des bâches | Absence d'un RLP       | Présence d'un RLP          |
|----------------------------|------------------------|----------------------------|
| Compétence d'instruction   | Maire au nom de l'État | Maire au nom de la commune |
| Compétence de police       | Préfet                 | Maire                      |

Attention, cette répartition des compétences sera modifiée à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024 (sous réserve de l'adoption en loi de finances de dispositions compensant les charges résultant, pour les collectivités concernées, des compétences transférées) lorsque l'article 17 de la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets entrera en vigueur. Ainsi, suite à l'abrogation de l'article L.581-14-2 du code de l'environnement, les compétences d'instruction et de police reviennent au maire de la commune et « lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre est compétent en matière de plan local d'urbanisme ou de règlement local de publicité, les maires des communes membres de cet établissement public transfèrent à son président leurs prérogatives en matière de police de la publicité. »

## 6. Délais de mise en conformité

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au code de l'environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous<sup>31</sup> :

|                            | Infraction au code de l'environnement                               | Infraction au RLP  |
|----------------------------|---|--|
| Publicités et préenseignes | Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015 | Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité |
| Enseignes                  | Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018 | Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité |

<sup>31</sup> Articles L.581-43 et R.581-88 du code de l'environnement

## Enjeux liés au parc local de publicité extérieure

Un inventaire des publicités et préenseignes (y compris celles apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain) ainsi qu'un recensement des enseignes situées sur le territoire de la commune de Liévin a été effectué en octobre-novembre 2018. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

### 1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

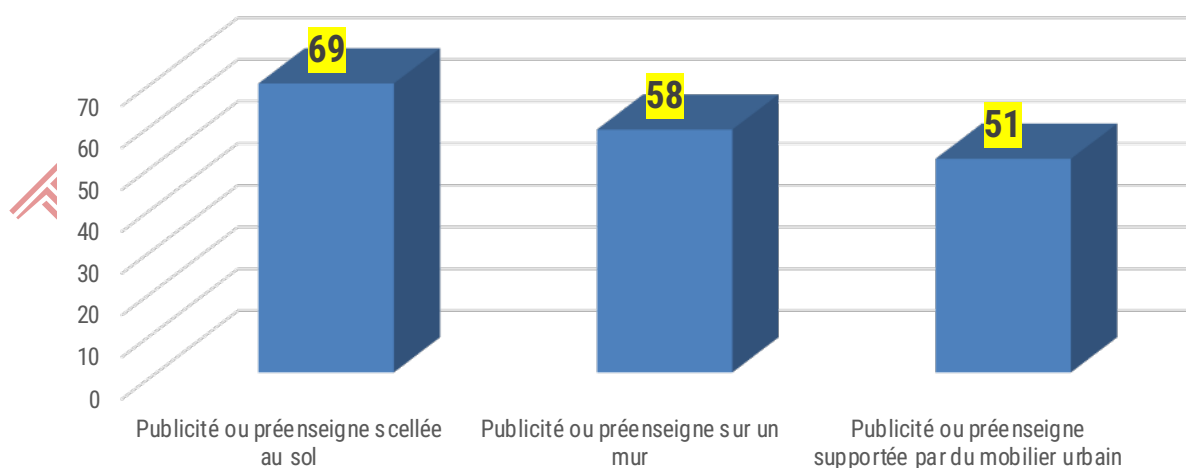
#### a) Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. En outre, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le code de l'environnement précise que « toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. »<sup>32</sup> Par ailleurs, « les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent »<sup>33</sup>.

178 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire de la commune de Liévin. Elles représentent au total près de 1240 m<sup>2</sup> de surface d'affichage soit environ 7 m<sup>2</sup> par dispositif en moyenne.

#### Répartition des publicités et des préenseignes



On observe une répartition presque équilibrée entre les trois formes de publicités ou préenseignes inventoriées à Liévin.

<sup>32</sup> Article L.581-5 du code de l'environnement

<sup>33</sup> Article R.581-24 du code de l'environnement



Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (69 supports soit près de deux cinquième du total) : ils constituent le vecteur prioritaire de la publicité à Liévin alors qu'il s'agit des dispositifs dont l'impact paysager potentiel est le plus dommageable avec la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Cette dernière est heureusement absente sur le territoire liévinois.

Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou sur une clôture sont les moins présentes sur le territoire communal (58 supports) alors qu'ils sont réputés mieux s'intégrer aux paysages<sup>34</sup>.

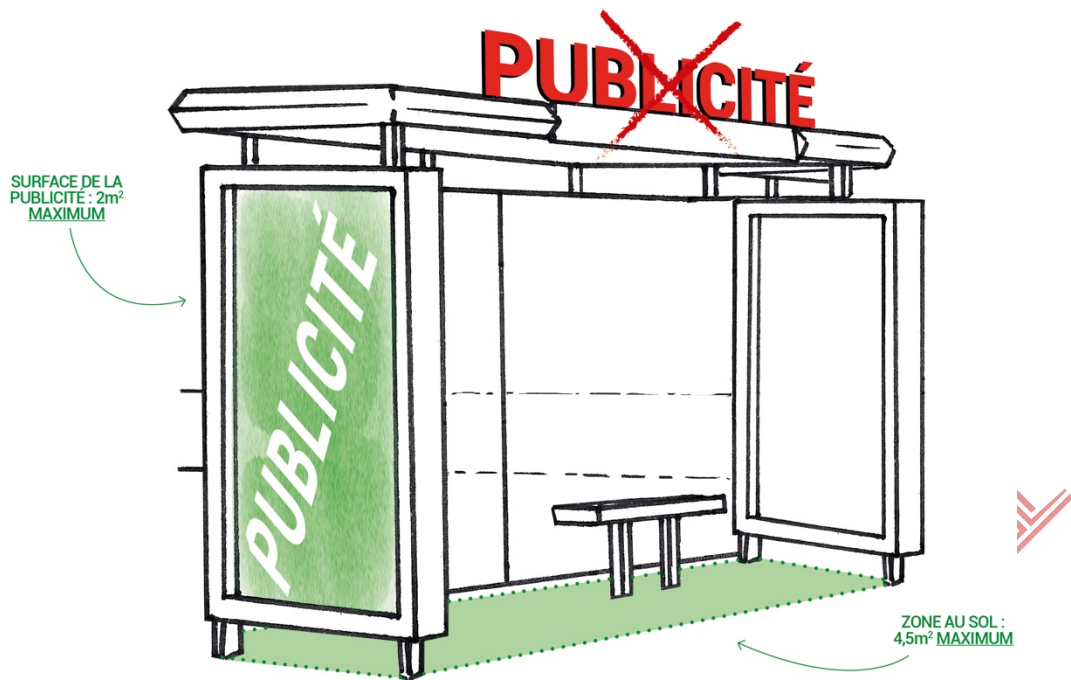
On compte également une proportion non négligeable de dispositifs de mobilier urbain affichant de la publicité à titre accessoire (51 supports recensés sur le territoire communal) même s'il s'agit de la catégorie la moins présente sur le territoire communal.

## b) Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

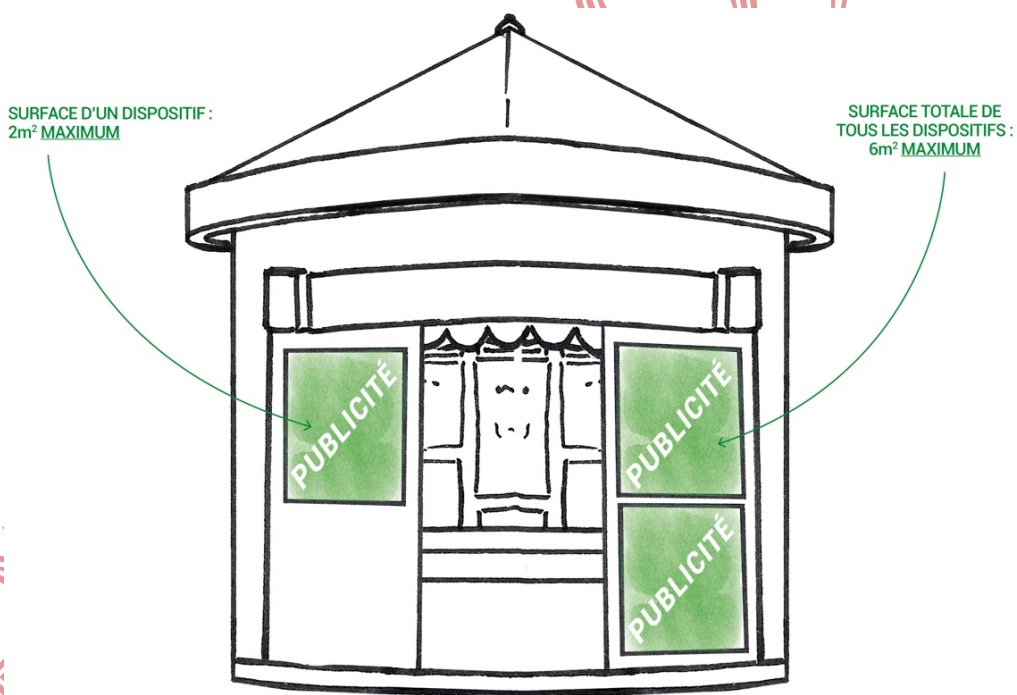
Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité :

| Type   | Règles applicables  |
|--|---|
| <b>Abris destinés au public</b><br><i>(illustration n°1 ci-dessous)</i>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> <li>- Surface totale <math>\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2</math> par tranche entière de <math>4,5 \text{ m}^2</math> de surface abritée au sol</li> <li>- Dispositifs publicitaires sur toit interdits</li> </ul>   |
| <b>Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public</b><br><i>(illustration n°2 ci-dessous)</i>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> <li>- Surface totale <math>\leq 6 \text{ m}^2</math></li> <li>- Dispositifs publicitaires sur toit interdits</li> </ul>   |
| <b>Colonnes porte-affiches</b><br><i>(illustration n°3 ci-dessous)</i>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles</li> </ul>   |
| <b>Mâts porte-affiches</b><br><i>(illustration n°3 ci-dessous)</i>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives</li> <li>- Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos</li> <li>- Surface unitaire maximale <math>\leq 2 \text{ m}^2</math></li> </ul>  |
| <b>Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</b><br><i>(illustration n°4 ci-dessous)</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; <ul style="list-style-type: none"> <li>- Si surface unitaire <math>&gt; 2 \text{ m}^2</math> et hauteur <math>&gt; 3 \text{ m}</math> alors : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ;</li> <li>• Ne peut ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à <math>12 \text{ m}^2</math> (<math>8 \text{ m}^2</math> si numérique) ; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> |

<sup>34</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul des formats des publicités



Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public



Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public



*Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches*



*Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques*

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique.

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située

parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les parcs naturels régionaux,
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux,
- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols,
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories mais seulement deux sont présentes sur le territoire communal de Liévin, à savoir :

- une dizaine d'abris destinés au public (ou « abribus ») supportant de la publicité d'un format de 2 m<sup>2</sup> ;
- 41 mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* » lorsqu'ils mesurent 2 m<sup>2</sup> de surface d'affiche.



*Publicité supportée par un abri destiné au public, Boulevard Allende, novembre 2018*



*Publicité supportée par un mobilier d'informations locales de 2 m<sup>2</sup>, rue Germain Delebècque, novembre 2018*



*Publicité supportée par un mobilier d'informations locales de près de 9 m<sup>2</sup>, rond-point de Sainte Barbe, novembre 2018*

Les publicités supportées par les mobiliers urbains sont pour la plupart de petit format (2 m<sup>2</sup>) à l'exception de neuf mobiliers d'informations locales mesurant un peu moins de 9 m<sup>2</sup> encadrement compris.

La carte ci-dessous montre 18 publicités ou préenseignes supportées par du mobilier d'informations locales situées dans au moins un des trois périmètres de protection générés par les monuments historiques communaux<sup>35</sup>. La covisibilité est quasi-systématique compte tenu de la hauteur des monuments historiques de la commune. Parmi les publicités ou préenseignes concernées, treize mesurent 2 mètres carrés tandis que les cinq restantes mesurent environ 9 mètres carrés.

<sup>35</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement

Une publicité supportée par un abri destiné au public se trouve également dans un périmètre protégé.

Aucune publicité ou préenseigne supportée par le mobilier urbain ne se trouve dans le périmètre UNESCO. Toutefois, sept d'entre-elles se trouvent dans la zone-tampon du périmètre UNESCO.



*Enjeux patrimoniaux de la publicité supportée par le mobilier urbain à Liévin*

On ne recense par ailleurs aucun dispositif numérique relevant du mobilier urbain. Pour rappel, lorsque ces dispositifs ne diffusent que de l'information générale ou locale ou des œuvres artistiques, ils ne sont pas soumis à la réglementation de la publicité extérieure.

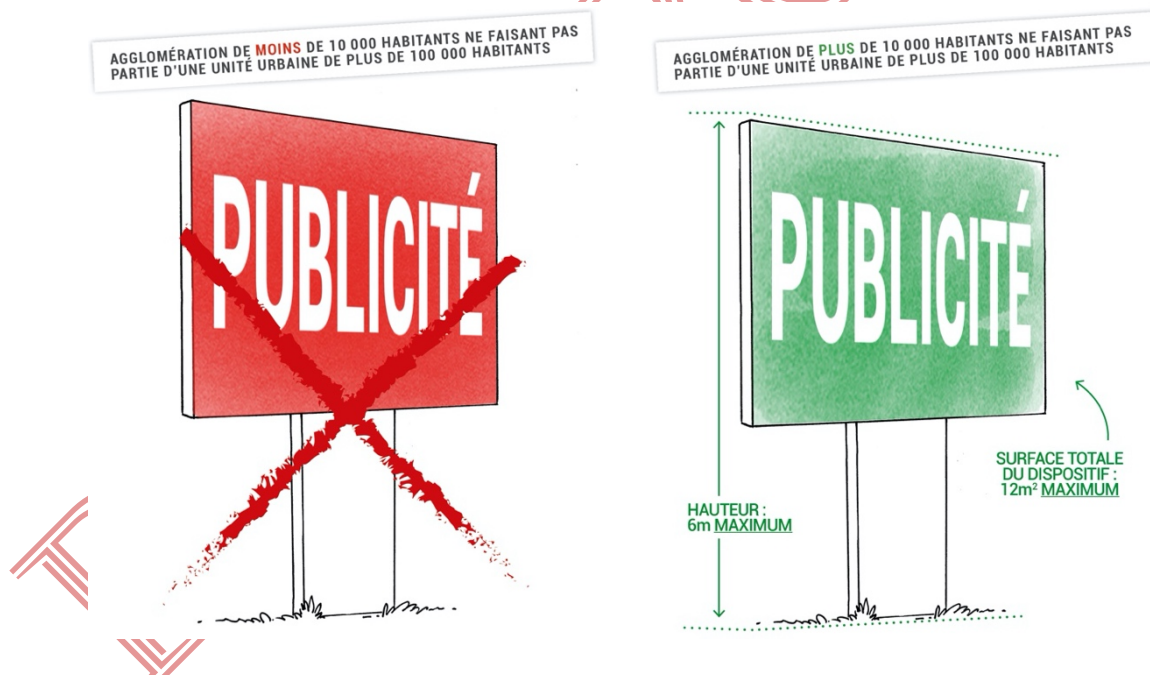
Finalement compte tenu du format contenu de ces publicités, ce type de dispositifs accessoires est généralement peu impactant pour les paysages liévinos malgré sa place importante dans le paysage urbain en termes de nombre (30% du total des supports publicitaires) et de localisation (notamment présents en cœur de ville au sein des périmètres de protection patrimoniale et à proximité des « nœuds » routiers).

La place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal pourra être posée de manière spécifique dans la future réglementation locale sachant que ce type de concession peut constituer un outil de communication non négligeable pour les collectivités.

Enfin le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs se posera puisque Liévin dispose d'une agglomération de plus de 10 000 habitants et est habilitée à ce titre à disposer de publicités et préenseignes numériques sur son territoire.

### c) Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Dotée dans une agglomération de plus de 10 000 habitants, la commune de Liévin peut accueillir de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sur son territoire.



Le code de l'environnement y prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$  ;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  mètres.



*Préenseigne scellée au sol (1.5 mètre carré), Boulevard François Mitterrand, novembre 2018*



*Préenseigne scellée au sol de plus de 12 mètres carrés, Avenue Jean Jaurès, novembre 2018*





Panneaux publicitaires doubles (en V) scellées au sol de plus de 12 mètres carrés sur une même unité foncière, voie privée face à l'enseigne Subway, novembre 2018

Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

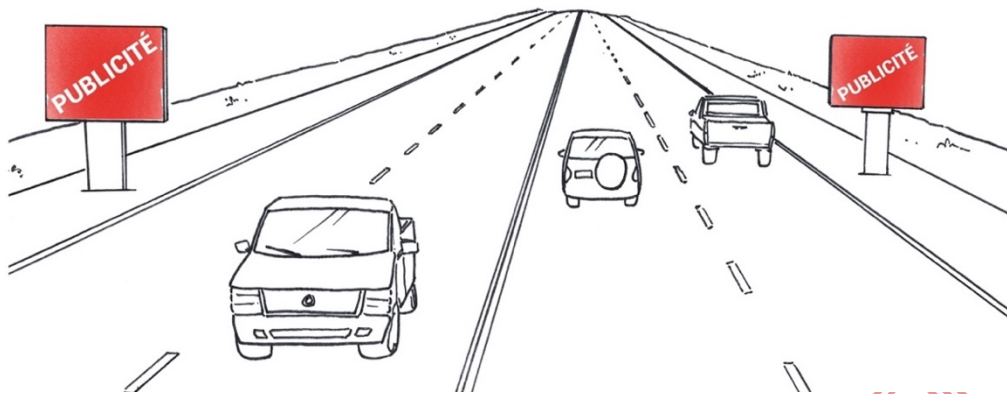
- dans les espaces boisés classés (EBC)<sup>36</sup>,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).



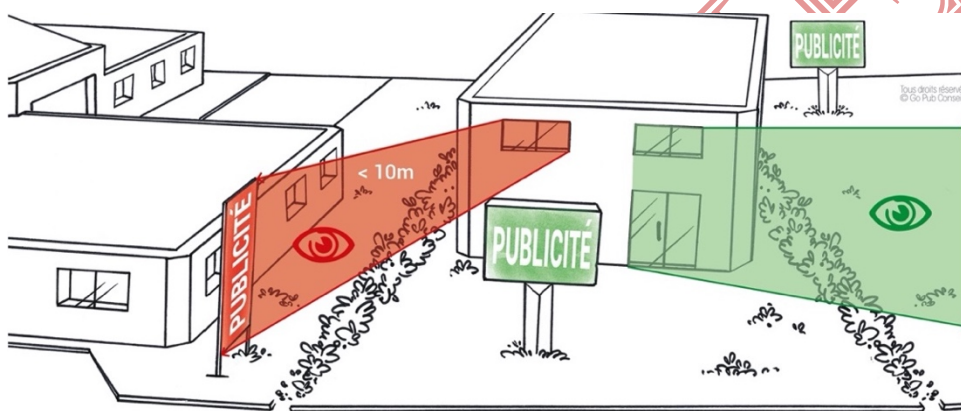
A Liévin, on ne recense a priori aucun dispositif publicitaire scellé au sol situé dans ces espaces de protection stricte.

En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

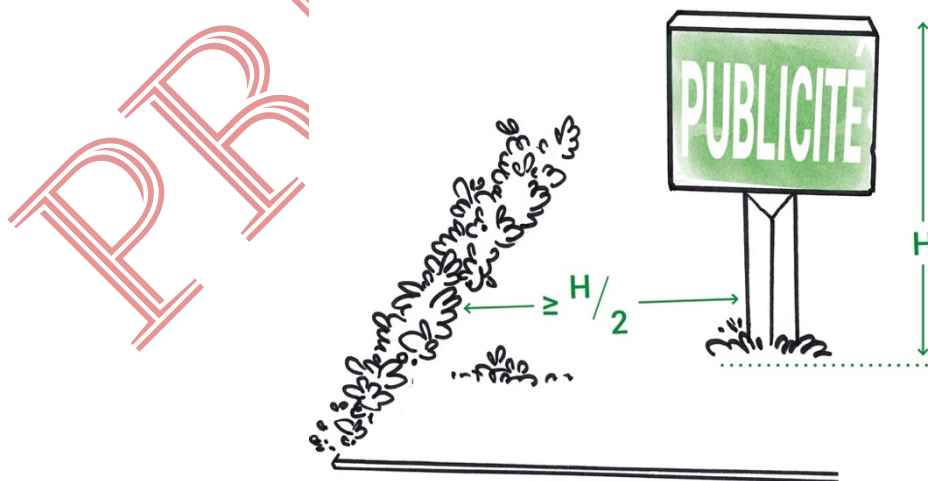
<sup>36</sup> Article L.113-1 du code de l'urbanisme



De plus, un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



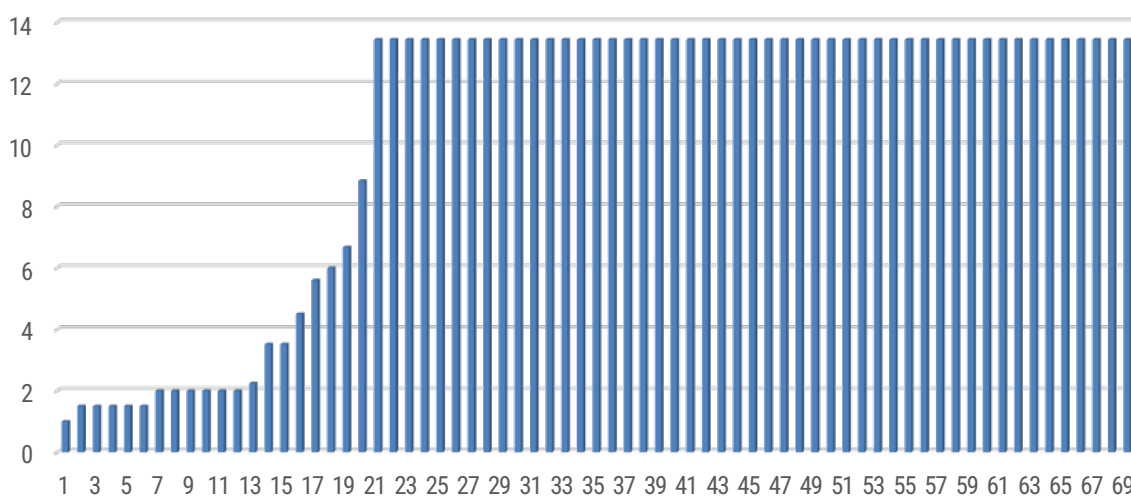
Enfin l'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



A Liévin, on remarque que les supports publicitaires de ce type disposent de surfaces variant d'un mètre carré à plus de treize mètres carrés. On relève 49 dispositifs dont la surface dépasse 12 mètres carrés (format hors tout). Ainsi plus de deux tiers des dispositifs excède la « surface hors tout »

(surface du dispositif encadrement compris) autorisé par le code de l'environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II » et rappelé par la ministre de la transition écologique et solidaire<sup>37</sup>.

### Surface des publicités et préenseignes scellées au sol



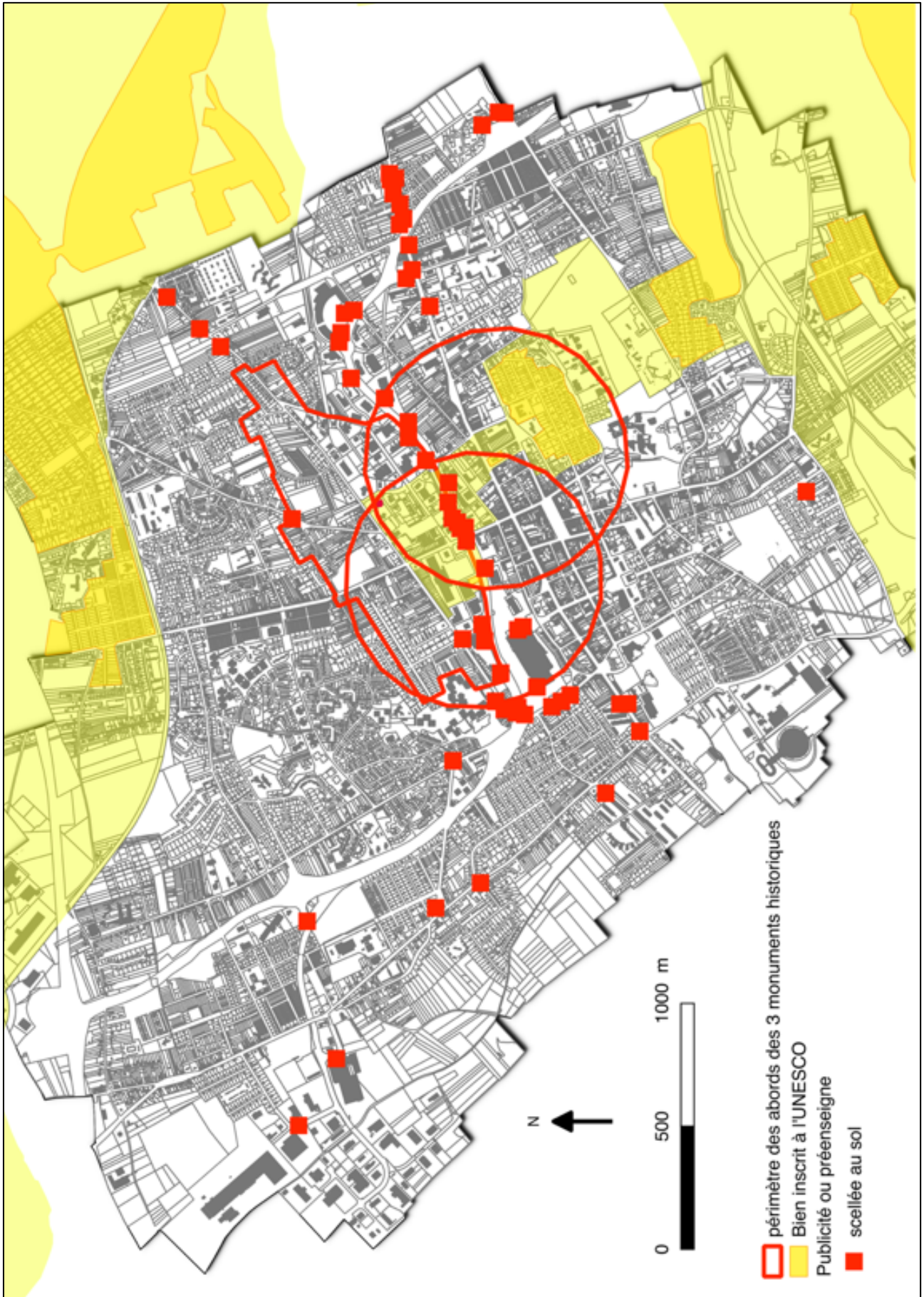
La carte (et son zoom) ci-dessous montrent 25 publicités ou préenseignes scellées au sol situées dans au moins un des trois périmètres de protection générés par les monuments historiques communaux<sup>38</sup>. La covisibilité est quasi-systématique compte tenu de la hauteur des monuments historiques de la commune. Parmi les publicités ou préenseignes concernées, quinze mesurent plus de 12 mètres carrés tandis que les dix restantes mesurent moins de 7 mètres carrés.

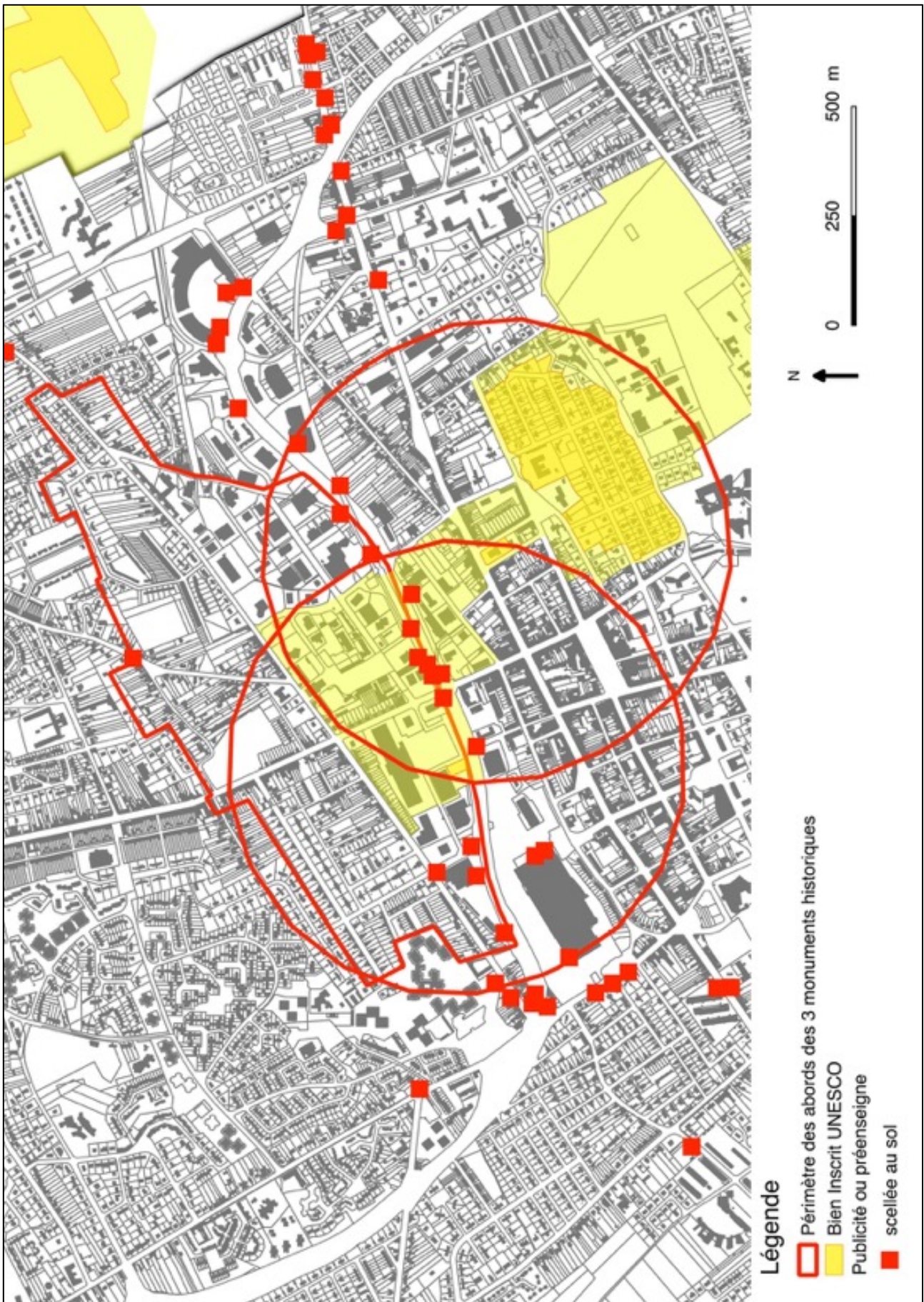
Aucune publicité ou préenseigne scellée au sol ne se trouve dans le périmètre UNESCO. Toutefois, sept d'entre-elles se trouvent dans la zone-tampon du périmètre UNESCO.

Par ailleurs, lors de l'inventaire, quelques supports ne respectaient pas les règles de recul par rapport aux limites séparatives de propriété. Un dispositif était également en mauvais état.

<sup>37</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

<sup>38</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement



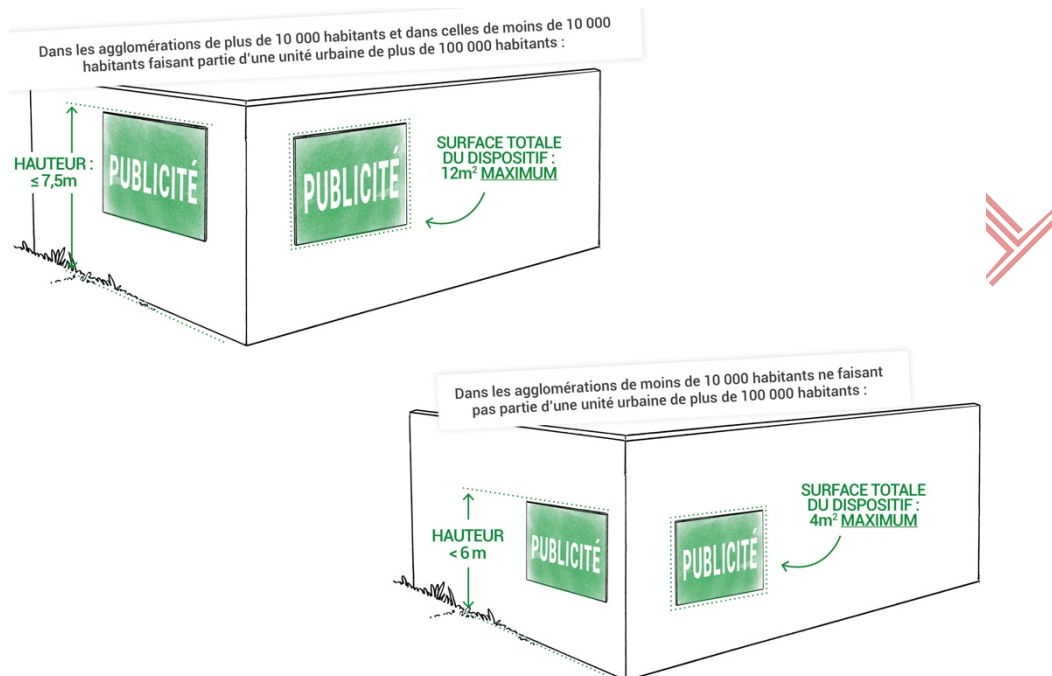


*Enjeux patrimoniaux liés à la publicité scellée au sol à Liévin*

#### d) Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture

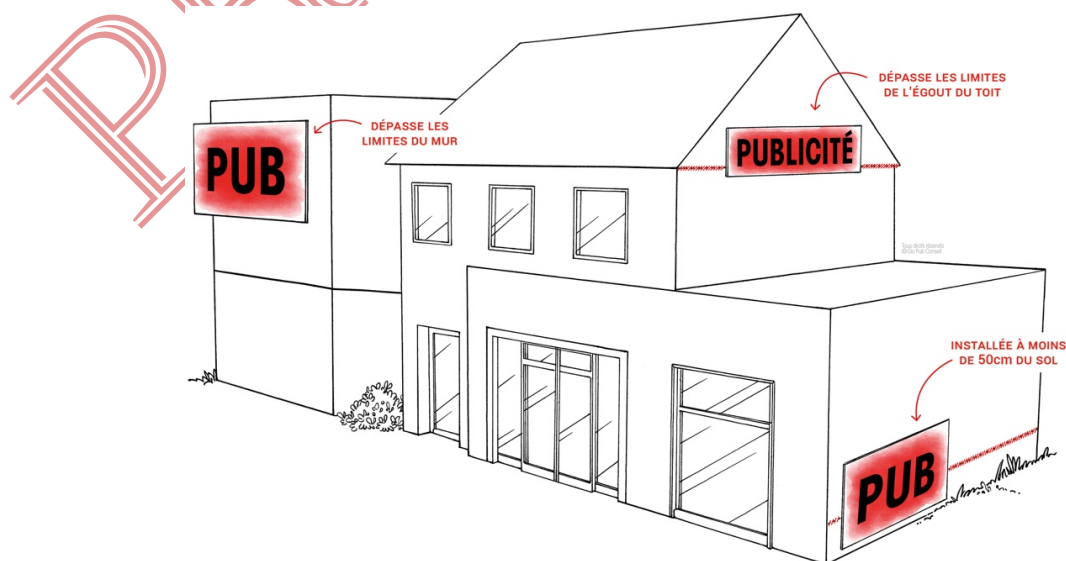
Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale  $\leq 12 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 7,5$  mètres.



Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation et sont donc interdits si :

- ils sont apposés à moins de 50 cm du niveau du sol ;
- ils dépassent les limites du mur qui la supporte ;
- ils dépassent les limites de l'égout du toit ;
- ils sont apposés sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- ils sont apposés sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 centimètres.

Au terme de l'inventaire réalisé sur le territoire communal, les publicités apposées sur mur ou clôture représentent près du tiers du parc publicitaire liévinois.

Il s'agit du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « *leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein* »<sup>39</sup>.

La densité publicitaire observée ici est principalement d'un seul support par linéaire d'unité foncière. En effet, seules six unités foncières comptaient plus de deux supports muraux.



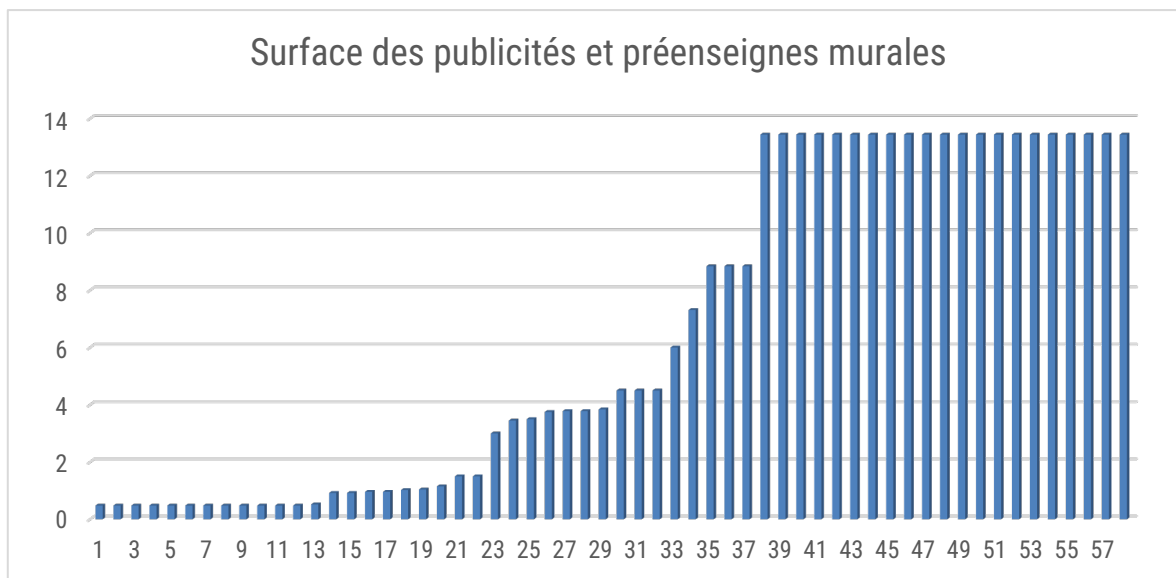
*Publicités murales de plus de 12 mètres carrés en doublon sur une même unité foncière, rue Thiers, novembre 2018*



*Publicité murale (3 mètres carrés), Avenue Jean Jaurès, novembre 2018*

<sup>39</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

L'ensemble des supports publicitaires apposés sur un mur ou sur une clôture est ventilé entre des surfaces variant de 0,5 mètre carré à plus de 13 mètres carrés. On relève 21 dispositifs dont la surface dépasse 12 mètres carrés (format hors tout), soit au-dessus du format maximal autorisé<sup>40</sup>.



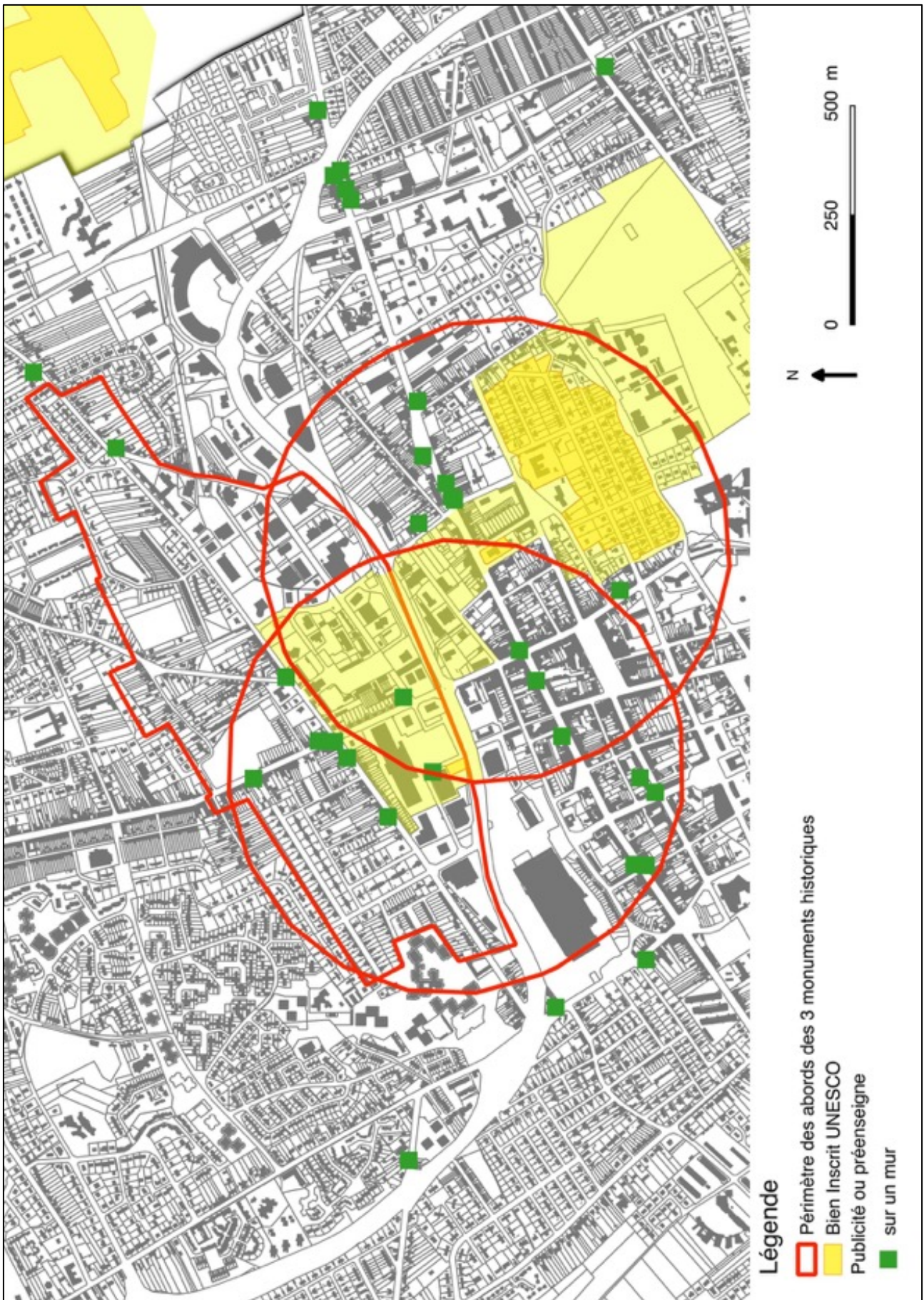
La carte ci-dessous montre 31 publicités ou préenseignes murales situées dans au moins un des trois périmètres de protection générés par les monuments historiques communaux<sup>41</sup>. La covisibilité n'est pas systématique notamment pour les petites publicités relevant du micro-affichage qui ne sont pas covisibles la plupart du temps. Parmi les publicités ou préenseignes concernées, 9neufmesurent plus de 8 mètres carrés tandis que treize mesurent moins d'un mètre carré.

Aucune publicité ou préenseigne murale ne se trouve dans le périmètre UNESCO. Toutefois, six d'entre-elles se trouvent dans la zone-tampon du périmètre UNESCO.

<sup>40</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

<sup>41</sup> Article L.581-8 du code de l'environnement





*Enjeux patrimoniaux liés à la publicité apposée sur un mur ou une clôture à Liévin*

En outre lors de l'inventaire, il a été identifié :

- 17 publicités murales se trouvant sur un mur non aveugle ;
- 7 publicités murales dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit ;
- 3 publicités murales en mauvais état ;
- 3 publicités murales dépassant 7,5 mètres de hauteur au sol.

Les enjeux liés aux publicités et préenseignes apposées sur mur ou clôture concernent donc en premier lieu la qualité de leur implantation.

#### **e) Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu**

Dispositifs extrêmement rares dans des communes de cette dimension démographique et économique, l'inventaire de la publicité liéenoise n'a permis de recenser aucun support publicitaire situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu.

Compte tenu de leur impact paysager important, le futur RLP de la commune de Liévin pourra se positionner quant à la possibilité d'implantation de tels dispositifs qui sont considérés comme légaux dès lors qu'ils sont lumineux<sup>42</sup>.

#### **f) La densité publicitaire**

Outre les règles d'implantations spécifique en fonction de la typologie des publicités, le code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>43</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol :

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

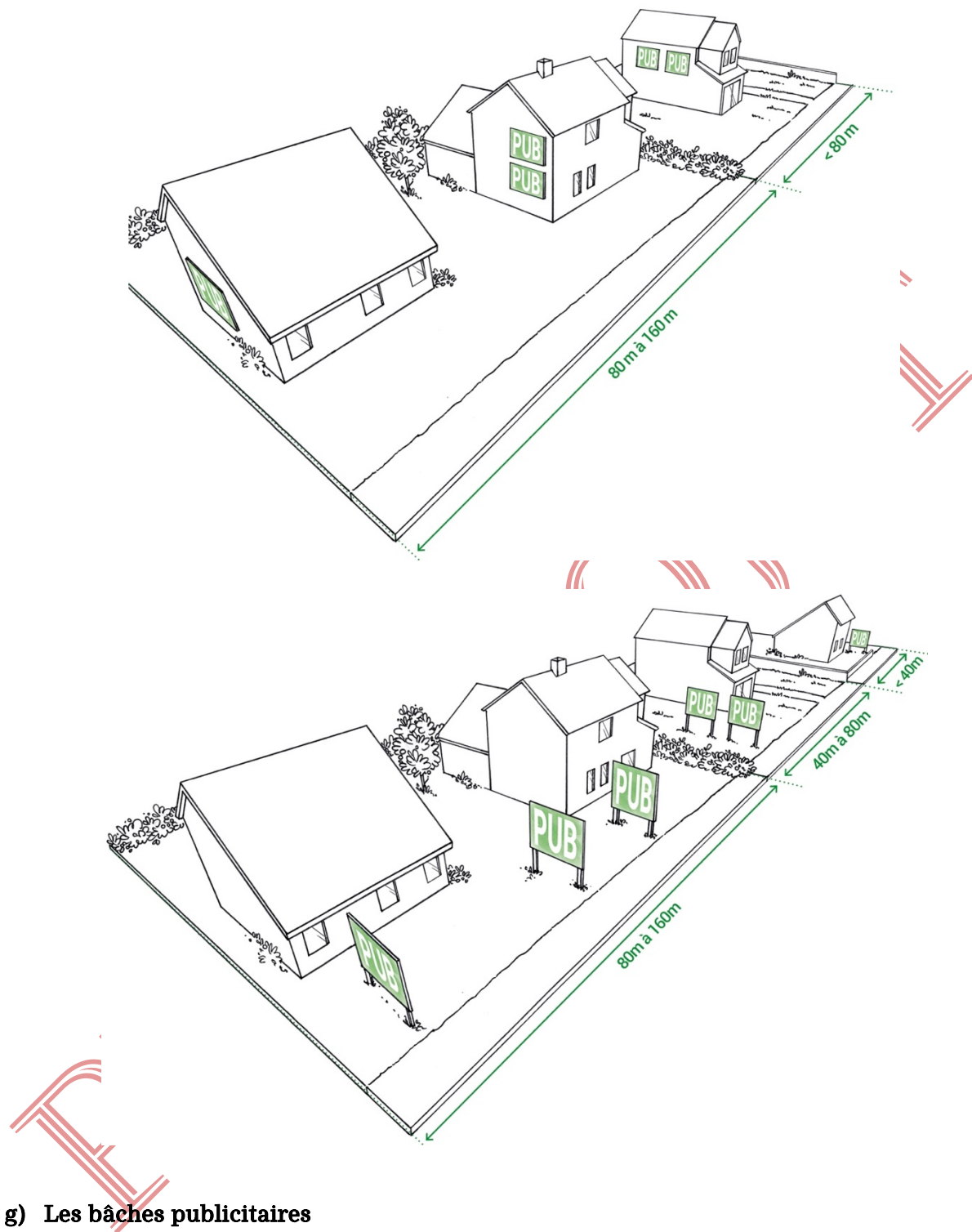
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

<sup>42</sup> Articles R.581-38 et 39 du code de l'environnement

<sup>43</sup> Article R.581-25 du code de l'environnement



### g) Les bâches publicitaires

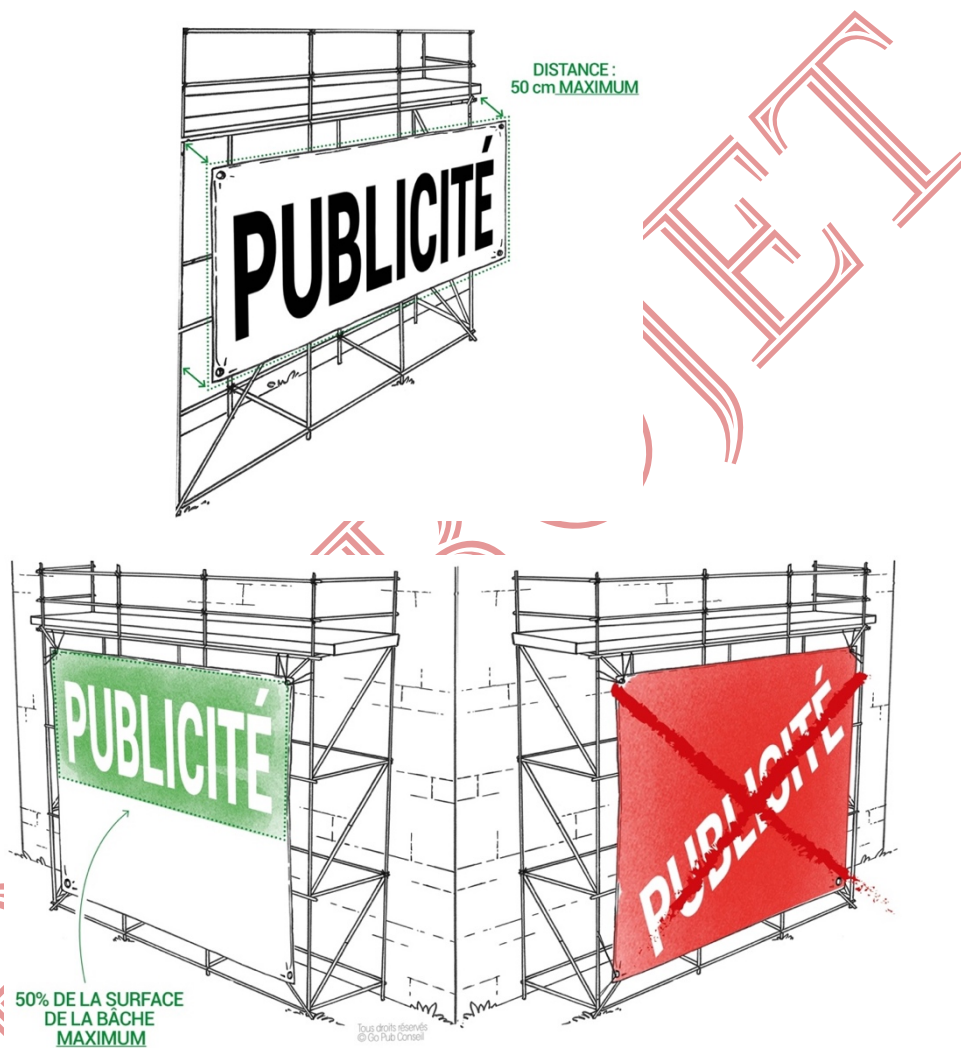
Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du code de l'environnement. Ainsi, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

On compte deux types de bâches :

- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R.418-7 du code de la route.

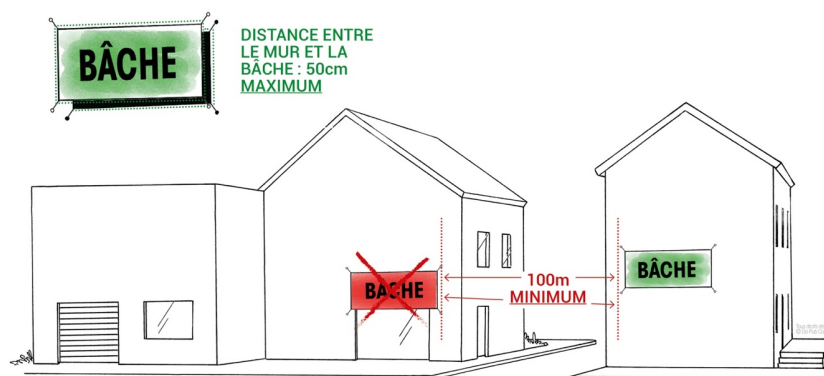
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche<sup>44</sup>.



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 centimètres, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.

<sup>44</sup> L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité apposée sur bâches notamment le fait qu'elle doit être installée à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

A Liévin, on peut noter la présence de bâches de manière ponctuelle mais il s'agit généralement d'enseignes. Il ne s'agit donc pas d'une typologie posant des problématiques paysagères spécifiques.

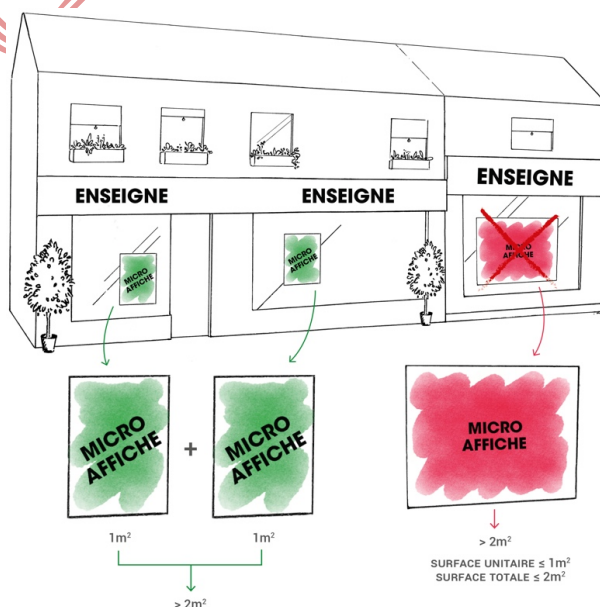
#### h) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue à la suite de la « grenellisation » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit désormais d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à un mètre carré, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* »

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit pour autant d'une source de revenu pour ces activités.

Le code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m<sup>2</sup>. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m<sup>2</sup>.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Généralement on constate que plusieurs dispositifs sont installés sur une même activité. Cela a pour effet d'accentuer le phénomène de saturation des façades. En effet, ces dispositifs ne sont pas comptabilisés dans le calcul de la surface cumulée des enseignes institué par le code de l'environnement.

A Liévin, ce type de dispositif est très rare sur le territoire communal.



*Micro-affichages publicitaires (0,5 mètre carré par support) sur une devanture. Rue François Courtin, novembre 2018*

### **i) Les dispositifs de dimension exceptionnelle**

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R.418-7 du code de la route.

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 m<sup>2</sup>.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

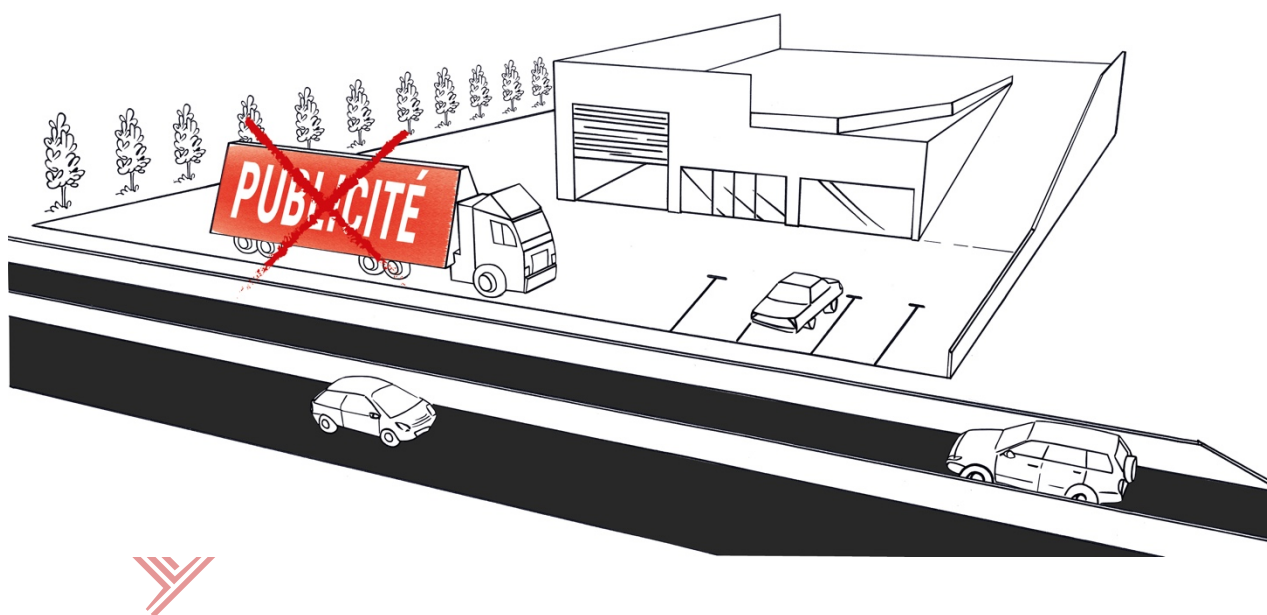
Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé à Liévin. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

j) Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

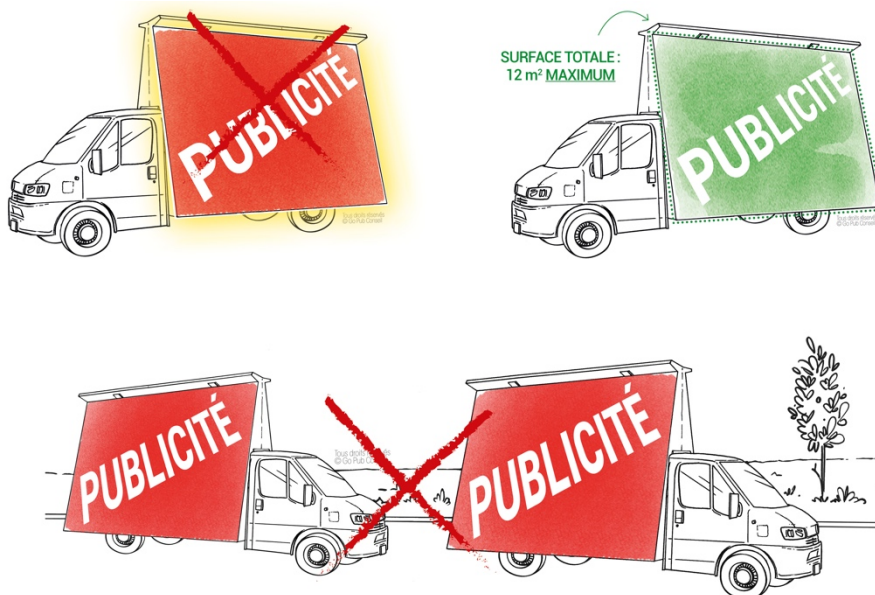
| Type   | Caractéristiques  |  |
|--|---|--|
| <b>Publicité non lumineuse sur mur ou clôture</b>  | Surface $\leq 12 \text{ m}^2$<br>Hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$ | Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération  |
| <b>Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux</b> | Surface $\leq 12 \text{ m}^2$<br>Hauteur $\leq 6 \text{ m}$   | Interdits si les affiches qu'ils supportent :<br>- ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ;<br>- ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires. |
| <b>Publicité lumineuse</b>   | Surface $\leq 8 \text{ m}^2$<br>Hauteur $\leq 6 \text{ m}$    | -  |

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

k) Les publicités sur les véhicules terrestres<sup>45</sup>



<sup>45</sup> Article R.581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires



## 1) Les publicités et préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieure des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire nationale.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh<sup>46</sup>.

<sup>46</sup> [https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400\\_1oawf6\\_doc172.pdf](https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf)





*Cartographie de la pollution lumineuse en France<sup>47</sup>*

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.



<sup>47</sup><http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

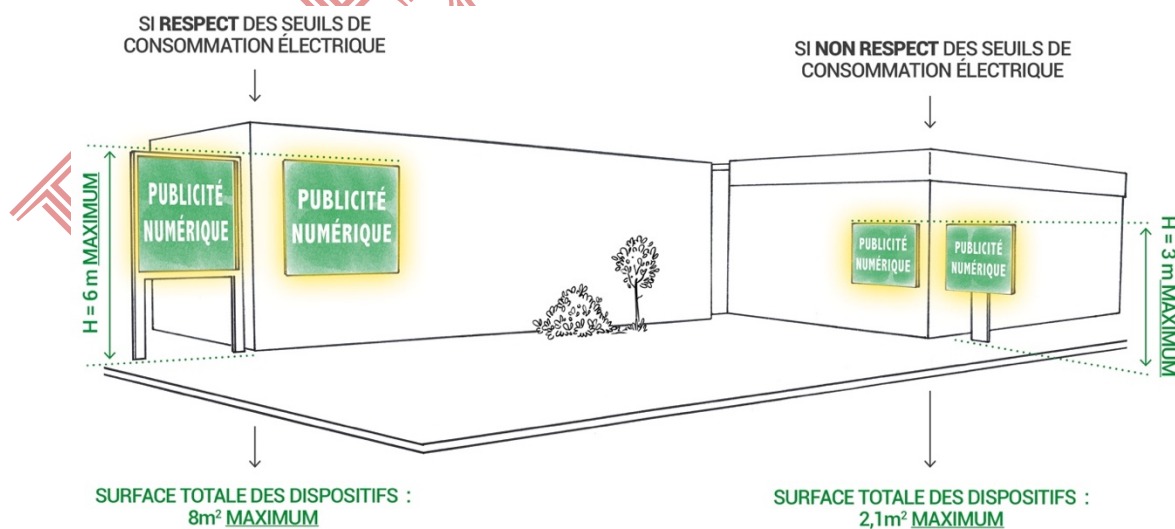
La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>48</sup>. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

La publicité numérique et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence sont une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elles sont donc soumises aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse à savoir :

- surface unitaire maximale  $\leq 8 \text{ m}^2$  ;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6$  mètres.



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>49</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à  $2,1 \text{ m}^2$  ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.



La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

<sup>48</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour  
<sup>49</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour



La publicité lumineuse ne peut :

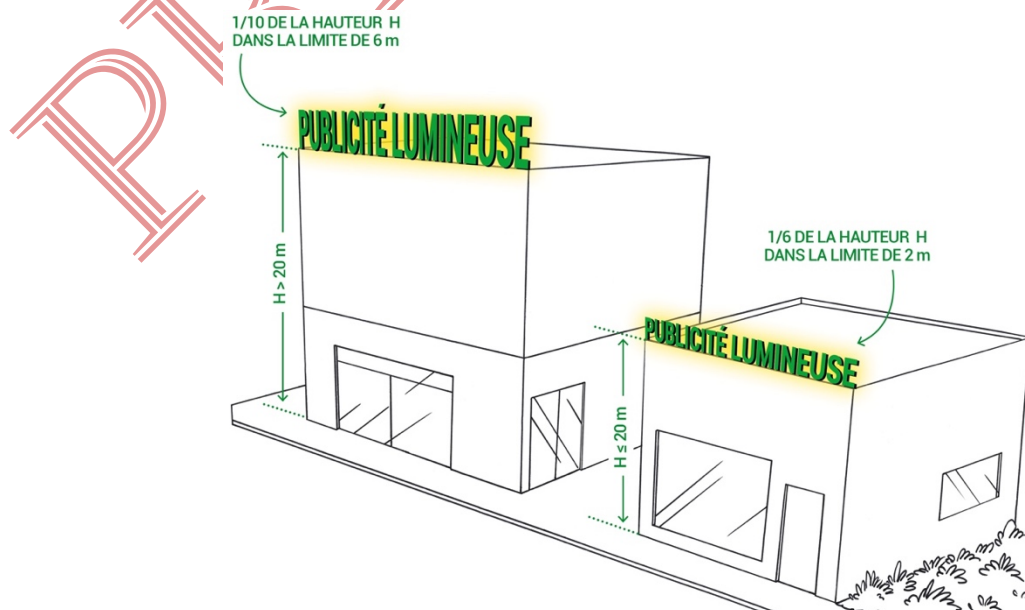
- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 centimètres.

#### Hauteur maximale des publicités sur toiture

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Hauteur de la façade $\leq 20$ m | 1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m  |
| Hauteur de la façade $> 20$ m    | 1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m |



En l'espèce, la publicité lumineuse est peu présente sur le territoire de la commune de Liévin puisque, hors mobilier urbain, elle ne concerne que dix-sept supports. Toutefois, on relève parmi eux, deux supports numériques dont l'impact paysager est important.



*Publicité scellée au sol éclairée par projection, angle du boulevard François Mitterrand et de la rue Guy Mollet, novembre 2018.*



*Publicité numérique scellée au sol, rond-point des Droits de l'Homme, novembre 2018*



Publicité numérique murale, intersection des rues François Courtin et de L'Abregain, novembre 2018

Cependant, pour donner suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire et la puissance des lampes réduite si elles sont surdimensionnées ;
- remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- moduler la durée d'éclairage, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne ; les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière pourra donc être portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

#### **m) Conclusion**

La mise en conformité des dispositifs non conformes au code de l'environnement permettra de réduire voire de supprimer l'impact paysager de certains dispositifs. Toutefois, il existe un fort enjeu patrimonial et historique autour des trois monuments historiques ainsi que dans l'ensemble du périmètre UNESCO et de sa zone tampon. Le périmètre UNESCO n'est pas préservé par le code de l'environnement mais le RLP pourrait encadrer ce secteur et éviter des implantations néfastes pour la qualité des paysages. L'enjeu est d'autant plus important que ces secteurs se trouvent essentiellement au centre du territoire communal qui concentre la plupart des activités économiques du territoire.

## Les enjeux en matière d'enseignes

### a) Généralités

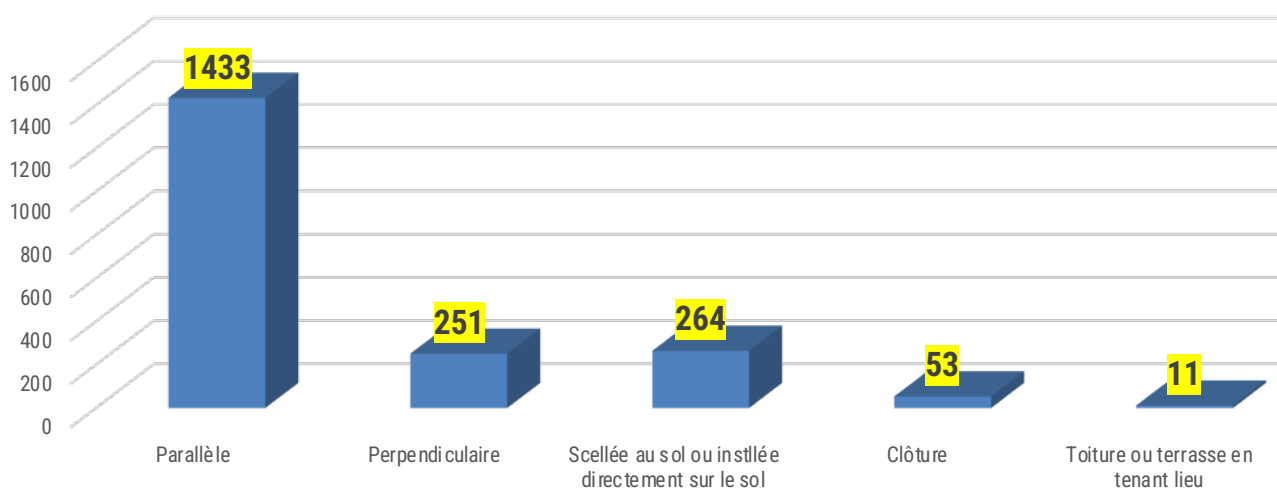
Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou dans d'autres secteurs où il y a peu d'enseignes (zones résidentielles, espaces naturels et agricoles, ...).

L'inventaire terrain des enseignes a permis de dénombrer cinq grandes catégories d'enseignes sur le territoire communal réparties de la manière suivante :

- des enseignes parallèles au mur ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- des enseignes perpendiculaires au mur ;
- des enseignes sur une clôture.

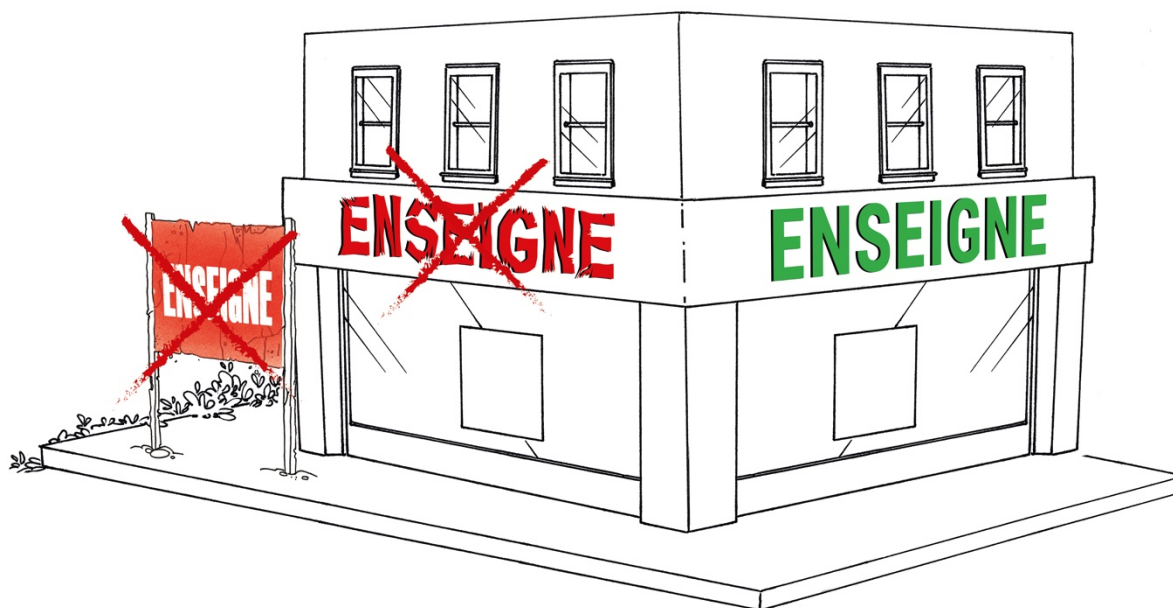


Répartition des enseignes



Quel que soit leur typologie, le code de l'environnement impose que les enseignes soient :

- constituées par des matériaux durables ;
- maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).



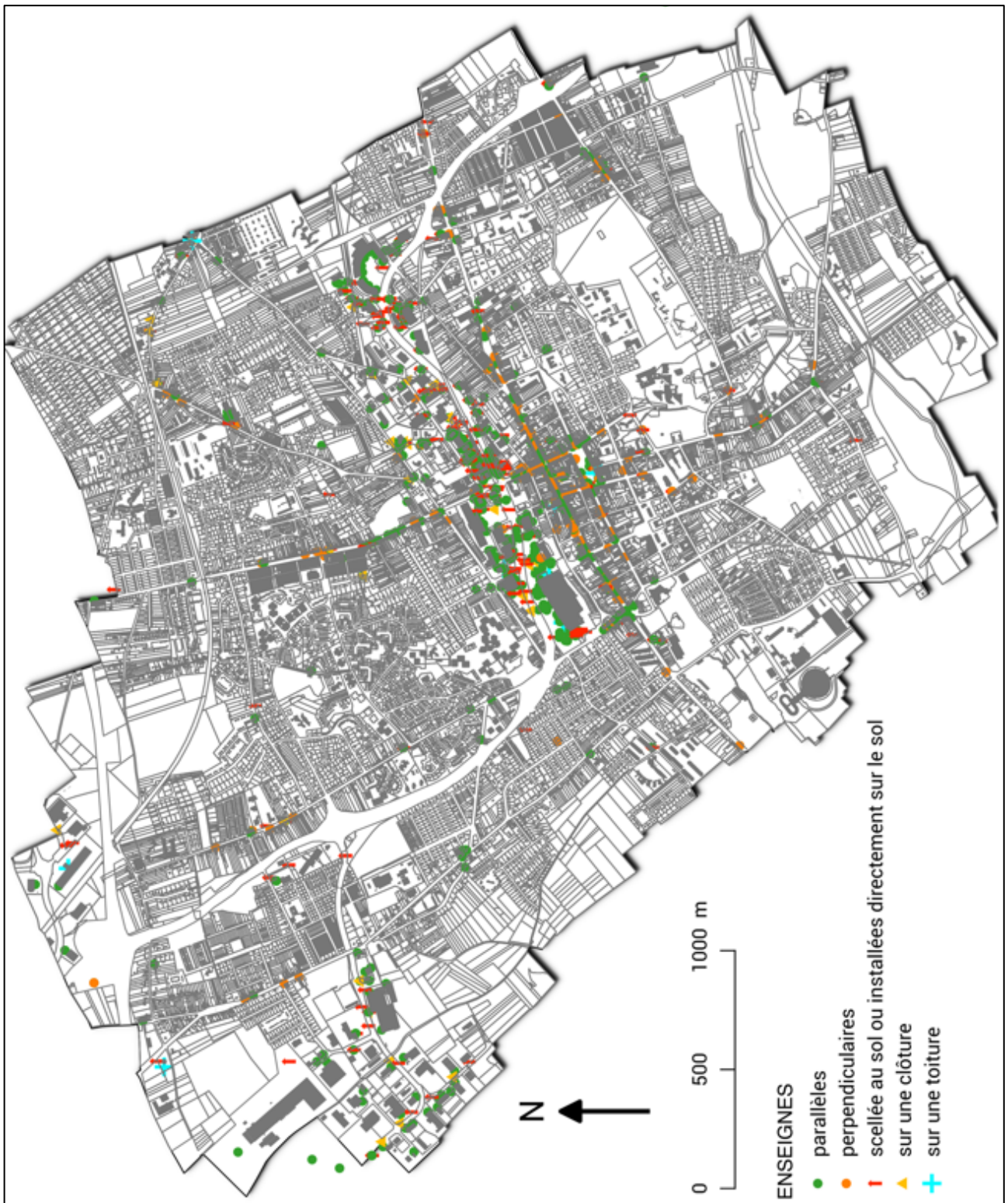
Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu économique est dense et à Liévin on observe donc une grande densité d'enseignes au cœur de la commune qui concentre les principaux établissements commerciaux.

D'autres secteurs économiques en développement comme la zone industrielle et artisanale de l'Alouette ou la zone Quadraparc regroupent aussi quantité d'activités et donc d'enseignes.

Dans le reste du tissu urbain, les activités étant plus éparées, on recense des enseignes de façon plus ponctuelle.

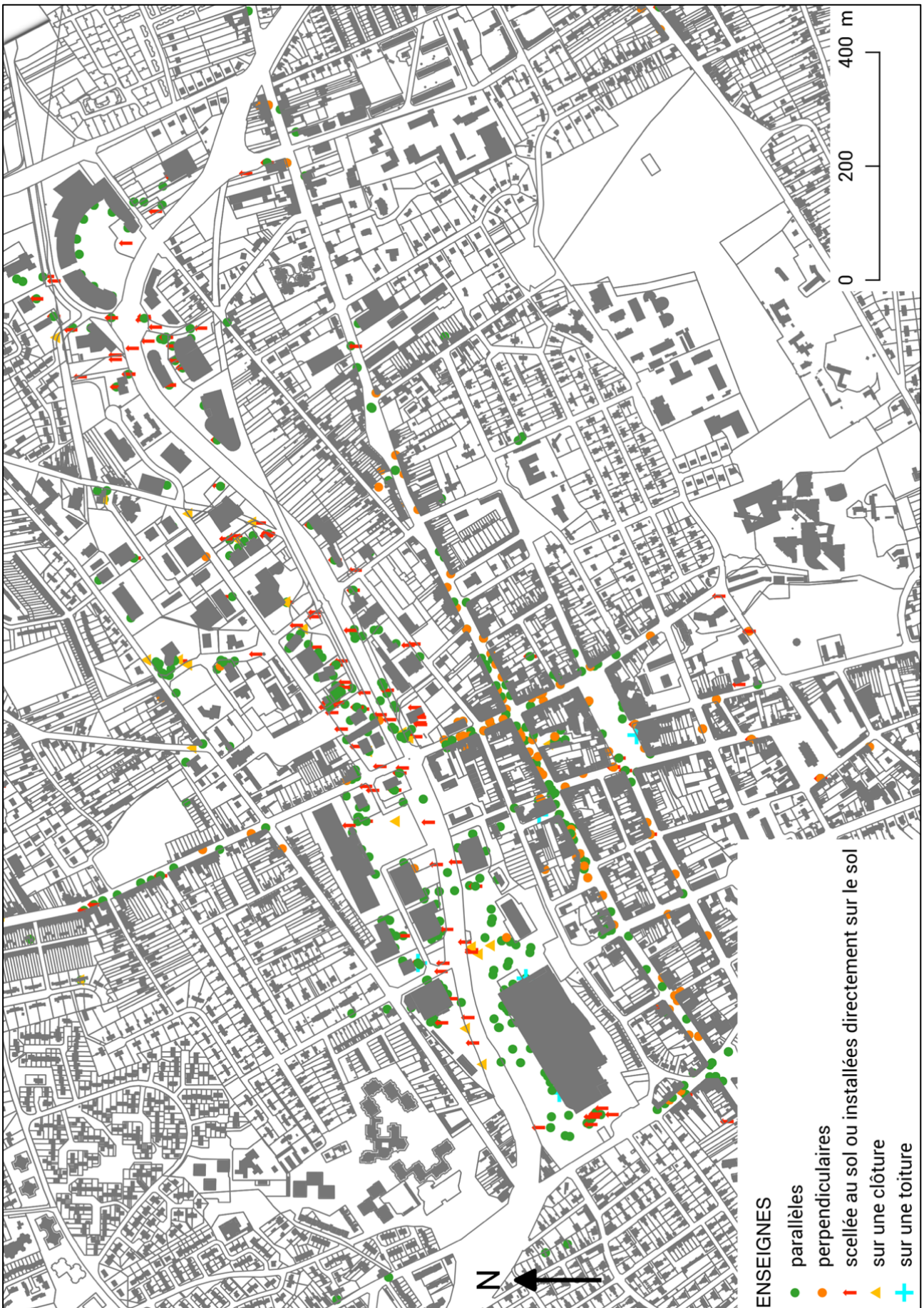
Par ailleurs, on note une omniprésence des enseignes dites « commerçantes » (enseignes parallèles au mur et enseignes perpendiculaires au mur) puisqu'elles sont utilisées par la plupart des établissements et notamment par les activités de centralité (petits commerces et services de cœur de ville) ne disposant pas toujours de fonciers propres pour se signaler de par leur contexte hyperurbain (activité directement située en front de rue ou de voie sur le domaine public, implantation au rez-de-chaussée d'immeubles d'habitation). Pour autant, la commune disposant également de grandes zones d'activités commerciales ou industrielles, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol surtout ainsi que les enseignes sur clôture dans une moindre mesure sont tout de même bien présentes à Liévin.

La cartographie ci-dessous expose l'implantation des enseignes recensées sur le territoire communal selon leur type :



*Localisation des enseignes sur la commune de Liévin*





*Zoom sur le cœur de ville de Liévin*

## b) Les enseignes parallèles au mur

Une très large majorité des enseignes présentes sur le territoire communal sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support. Elles se présentent sous diverses formes (en lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches).

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface<sup>50</sup>. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- ne pas dépasser les limites de ce mur ;
- ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 centimètres ;
- ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.



*Enseigne parallèle au mur de qualité, rue Jean Baptiste Defernez, novembre 2018*

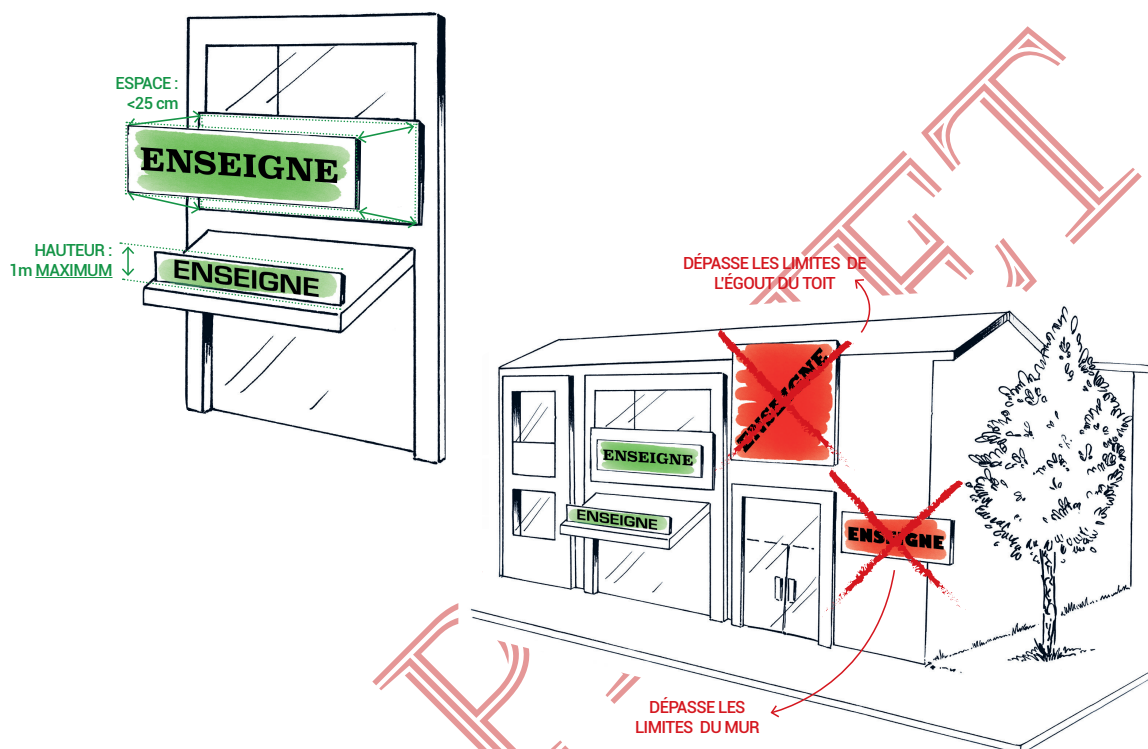


*Enseignes parallèles au mur jouant sur le contraste, rue de l'Aubregain, novembre 2018*

<sup>50</sup> Articles R.581-60 et R.581-63 du code de l'environnement

Dans la typologie des enseignes parallèles au mur, on retrouve les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées si elles respectent les règles suivantes :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 centimètres par rapport à lui.



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.

Leur rareté sur le territoire de la commune de Liévin pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règle locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent peu de problèmes paysagers sur le territoire communal. L'immense majorité respecte la réglementation nationale en vigueur. La régularisation des enseignes ne respectant pas le code de l'environnement règlera les quelques écarts paysagers observés (quelques activités ont une surface cumulée d'enseignes sur leur façade dépassant le seuil autorisé, quelques enseignes dépassent les limites du mur ou de l'égout du toit, quelques enseignes sont en mauvais état).

### c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur utilisées à Liévin sont de taille relativement modeste par rapport aux autres types d'enseignes. Principalement présentes en accompagnement des enseignes parallèles au mur dans le cœur de ville, 80% d'entre elles ont une surface n'excédant pas 1 m<sup>2</sup>. En

outre la plupart des activités exploite une seule enseigne de ce type par façade dont la saillie n'excède que ponctuellement un mètre (une trentaine d'enseignes dans ce cas).



*Enseigne perpendiculaire au mur de petit format, rue Thiers, novembre 2018*



*Enseigne perpendiculaire au mur de petit format, rue Jean Baptiste Defernez, novembre 2018*



*Enseignes perpendiculaires au mur en nombre important sur un même façade, Place Gambetta, novembre 2018*



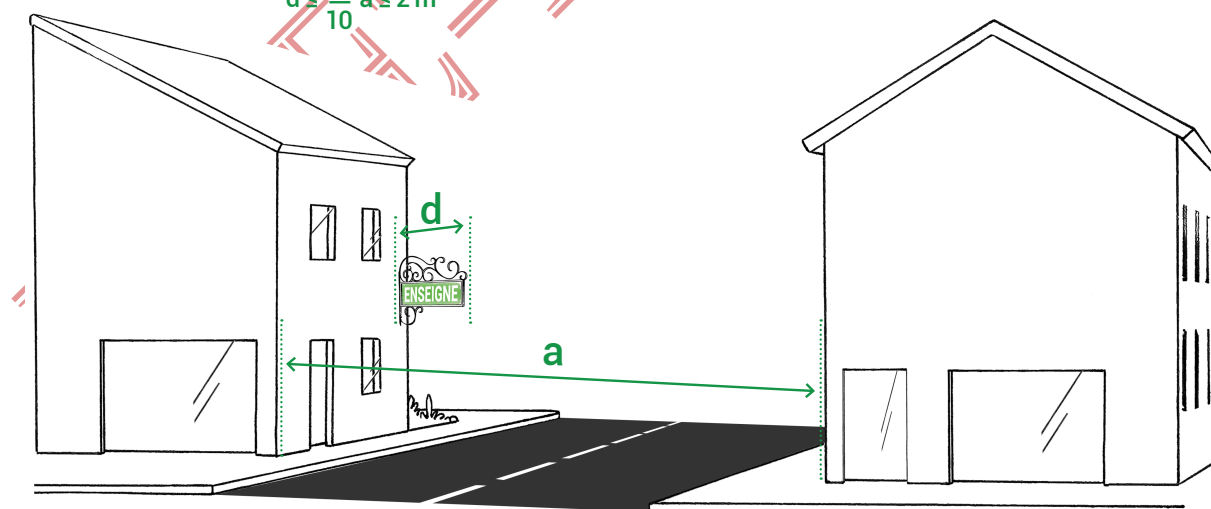
Enseignes perpendiculaires au mur en nombre important sur un même façade. Avenue Jean Jaurès, novembre 2018

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- ne dépassent la limite supérieure de ce mur ;
- ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



A Liévin, les rares problèmes de conformité touchant ce type de dispositifs sont liés à leur le cumul parfois excessif avec d'autres enseignes du même type et des enseignes parallèles au mur (voir par ailleurs le point consacré à la saturation des façades commerciales).

Ce problème de cumul peut aussi causer des troubles d'ordre paysager puisqu'en outre l'implantation de ces enseignes peut se révéler anarchique (pas de cohérence sur le niveau

d'implantation maximal sur la longueur d'une rue) rendant la lecture compliquée voire impossible pour l'utilisateur au niveau de la rue (piéton). Cette multiplicité des messages ne garantit donc pas la bonne information ni la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité.

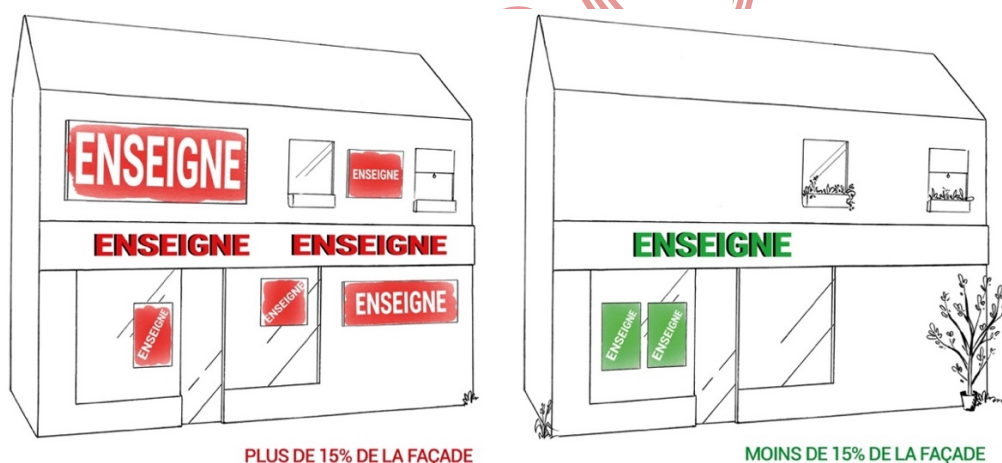
Cela concerne en particulier des bars-tabacs-presses signalant tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent.

Seules deux enseignes perpendiculaires se trouvent en mauvais état sur le territoire communal.

#### d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade<sup>51</sup>. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Dans le cas de cette règle, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



Malgré cette règle d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés notamment dans le paysage urbain Liévin, le territoire est très peu concerné par ce type de problème réglementaire et paysager.

Pour éviter la surenchère inutile (la majorité des messages ainsi diffusés sont illisibles à cause de leur excessivité tant en termes de surface que de couleurs), il s'agira a minima de veiller au respect des règles nationales du code de l'environnement.

#### e) Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont assez présentes sur le territoire liévin du fait de la présence de grande zone d'activités économiques où les unités foncières plus généreuses permettent une installation aisée.

<sup>51</sup> Article R.581-63 du code de l'environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Elles constituent la catégorie d'enseignes posant le plus de problématiques en matière de paysage. En effet, pour celles inventoriées à Liévin, par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, elles participent à une saturation des paysages sachant que ces caractéristiques se cumulent visuellement. Cet impact visuel parfois important est du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités / préenseignes et enseignes.

Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems, les chevalets ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



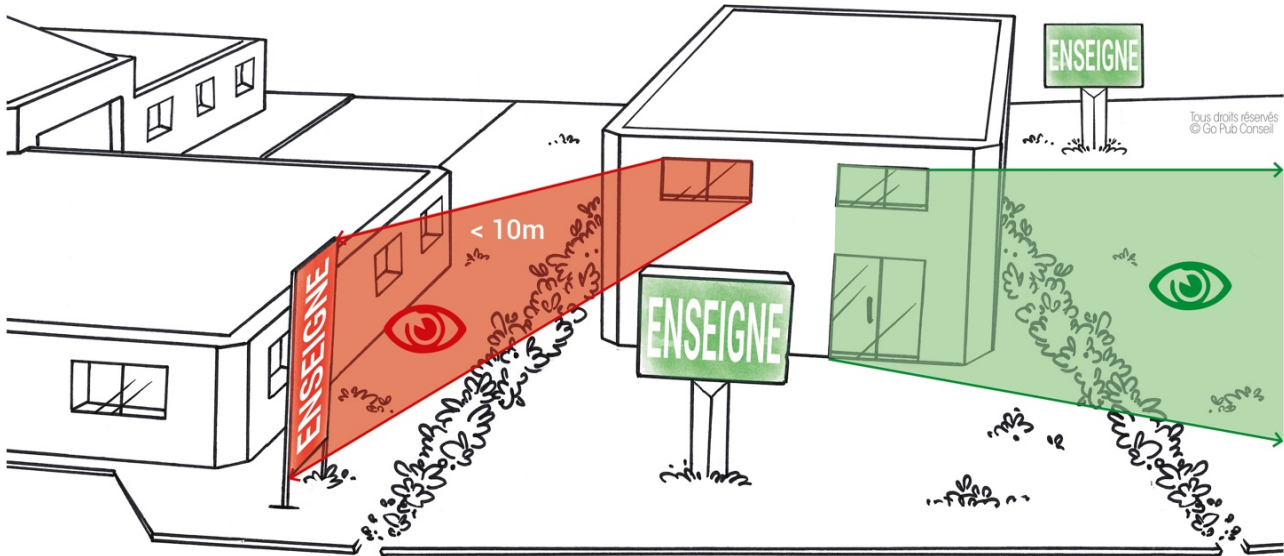
*Enseigne scellée au sol de type « totem » de petit format. rue Joseph Marie Jacquard. novembre 2018*



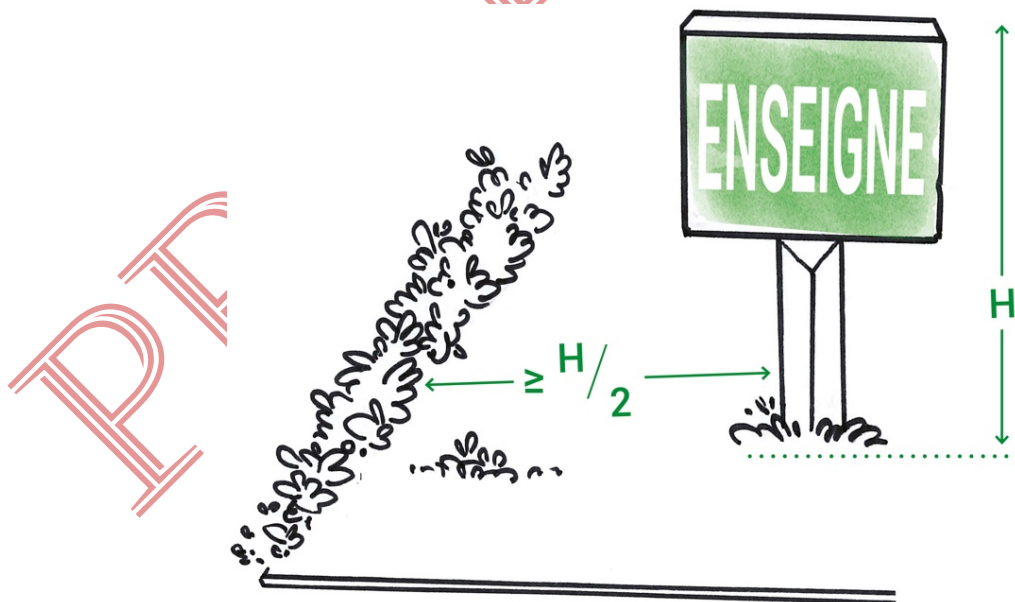
*Enseigne scellée au sol de type « totem » de petit format. rue du Chevalier de la Barre. novembre 2018*

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations.

Ainsi, les enseignes de plus de  $1\text{m}^2$ , scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.

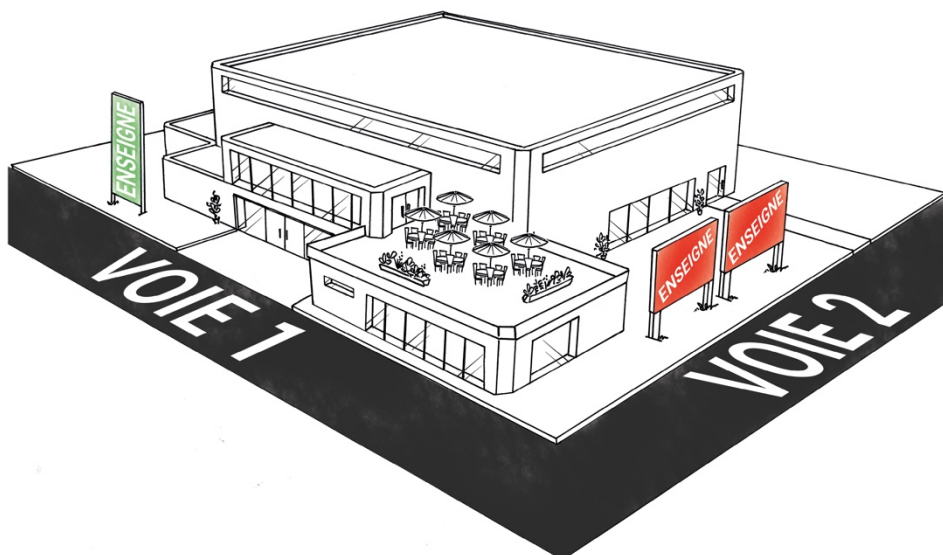


De plus ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



Les enseignes de plus de  $1\text{m}^2$  scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.





Enfin la surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, soit le cas de Liévin.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le code de l'environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps une seule enseigne de ce type lorsqu'elles sont situées sur le domaine public, sur les trottoirs (attention toutefois à la régularité de tels dispositifs qui nécessitent d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public pour être installés et être qualifiés d'enseignes ; sinon il s'agira de publicités ou préenseignes puisque situées hors de l'unité foncière dédiée à l'activité signalée) alors qu'elles ont tendance à être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings de zones d'activités).



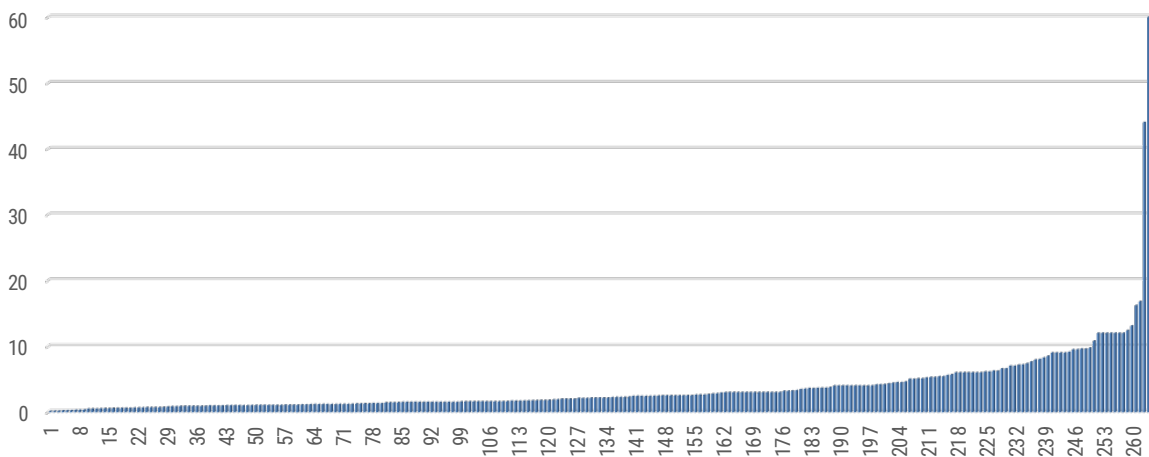
*Enseigne installée sur le sol < 1 m<sup>2</sup>. zone commerciale de Liévin - rue Marie Liétard. novembre 2018*



*Enseignes installées sur le sol < 1 m<sup>2</sup> vues de la RD 58<sup>E</sup>, novembre 2018*

La plupart des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (de plus d'un mètre carré) et conformes à la réglementation nationale mesurent moins de 6 mètres carrés (seules une quinzaine d'enseignes conformes de ce type dépassent ce seuil).

Surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



Cette famille d'enseignes constitue celle pour laquelle le plus d'infractions au code de l'environnement ont été identifiées. En effet, plus d'une centaine d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont non conformes. La principale problématique est le non-respect de l'article R.581-64 du code de l'environnement qui limite le nombre d'enseigne de ce type à une seule par voie bordant une activité (photographie ci-dessous). Les autres infractions portent sur quelques enseignes et concernent une surface supérieure à 12 mètres carrés ou une hauteur au sol supérieure à 8 mètres.



*Enseignes scellées au sol en surnombre le long d'une voie, rue du Conseil d'État, novembre 2018*

#### f) Les enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont présentes essentiellement en zone d'activités. La plupart des enseignes présentes mesurent moins de deux mètres carrés. On ne relève que cinq enseignes sur clôture dépassant les 4 mètres carrés. Elles sont souvent implantées sur des clôtures non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de point de vue. Cette catégorie d'enseignes n'est pas règlementée par le code de l'environnement. Il y a donc un fort enjeu local à fixer une limite en nombre et en surface sur cette catégorie d'enseignes.



*Enseigne sur clôture non aveugle. Boulevard François Mitterrand. novembre 2018*



*Enseigne sur clôture non aveugle. rue Gilles de Roberval. novembre 2018*

#### g) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Onze enseignes sur toiture ont été inventoriées sur le territoire communal, exclusivement en zone d'activités. Elles concernent huit activités. Leurs caractéristiques propres les destinent à être vues

de loin, elles occupent ainsi une place importante dans le paysage en se détachant des perspectives environnantes. Une attention particulière pourra donc être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. En outre ces enseignes peuvent également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



Enseigne sur toiture de grand format, zone commerciale de Liévin – rue Marie Liétard, novembre 2018



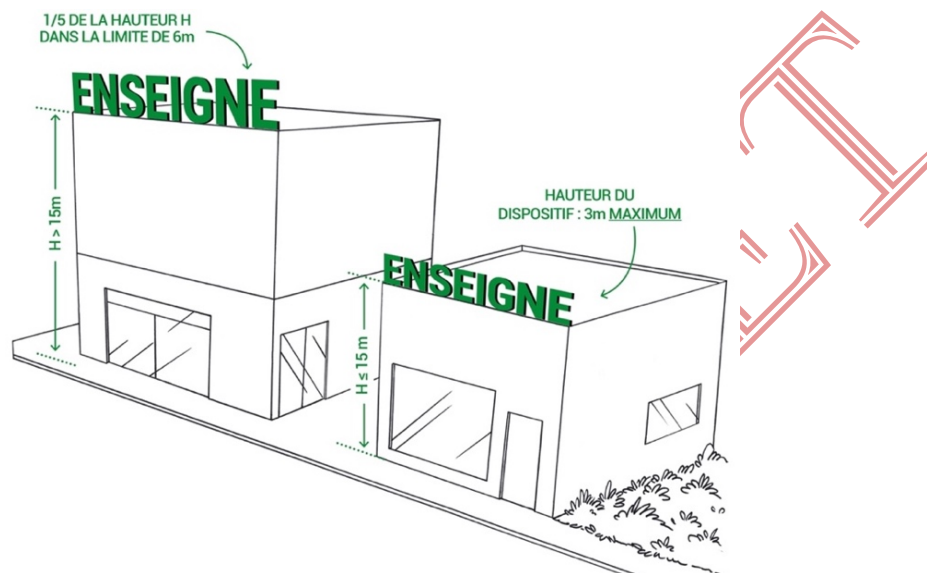
Enseigne sur toiture de petit format, zone industrielle de l'Alouette, novembre 2018

Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques.

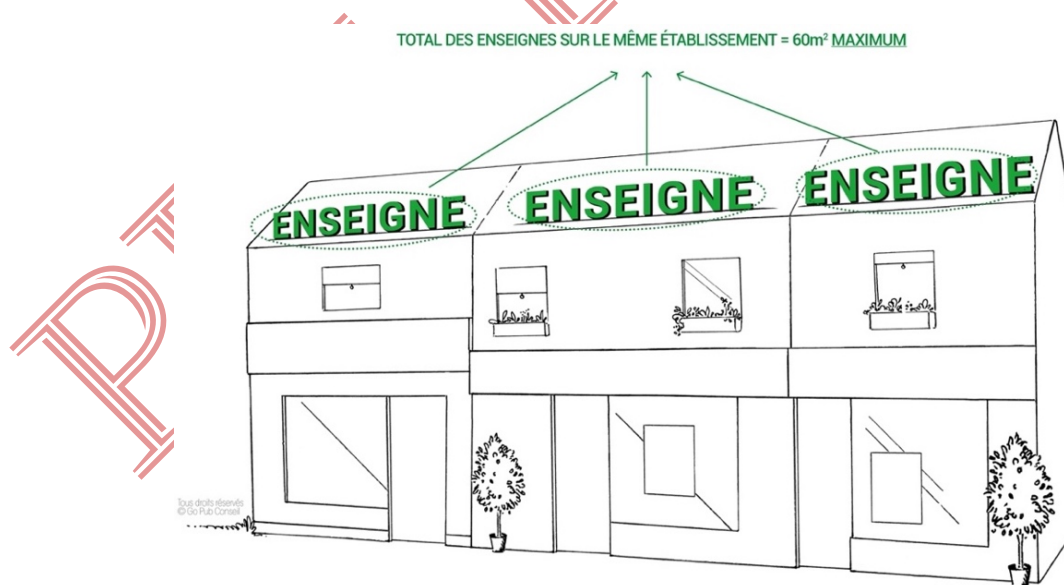
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 50 centimètres de haut.

| Hauteur maximale des publicités sur toiture |  |
|---|--|
| Hauteur de la façade $\leq$ 15 m            | 3 m  |
| Hauteur de la façade $>$ 15 m               | 1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m |



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement<sup>52</sup> est inférieure ou égale à 60 m<sup>2</sup>. Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



Six enseignes sur toiture de la commune ne respectent pas le code de l'environnement (une activité exploitée plus de 60 m<sup>2</sup> d'enseignes en toiture, deux enseignes ne sont pas réalisées en lettres découpées).

<sup>52</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

## h) Les enseignes lumineuses

Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type.

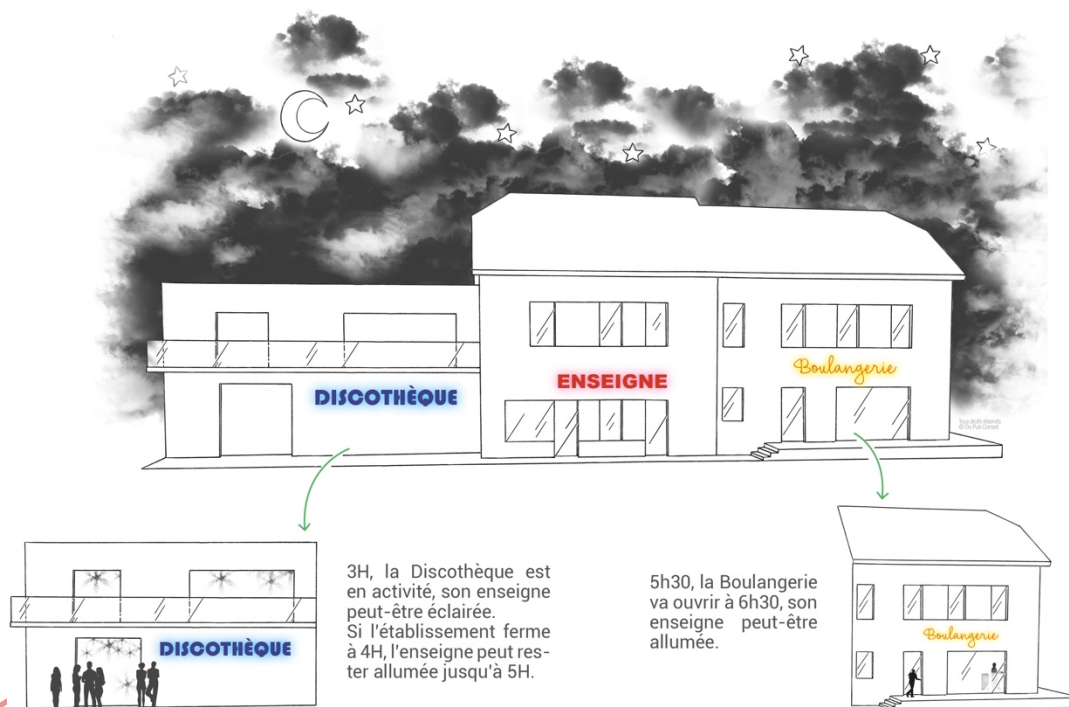
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>53</sup>.

Elles sont éteintes<sup>54</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

ENTRE 1H ET 6H, LES ENSEIGNES SONT ÉTEINTES SAUF LES ACTIVITÉS NOCTURNES



Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons ou LED, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence alors que seulement neuf enseignes sont numériques signalant des pharmacies et une grande surface alimentaire.

<sup>53</sup> Arrêté non publié à ce jour

<sup>54</sup> L'article R.581-59 du code de l'environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



*Enseigne parallèle au mur éclairée par transparence. Place Gambetta, novembre 2018*



*Enseigne parallèle au mur éclairée par projection, rue Émile Zola, novembre 2018*



*Enseigne perpendiculaire numérique, rue Jean Baptiste Defernez, novembre 2018*



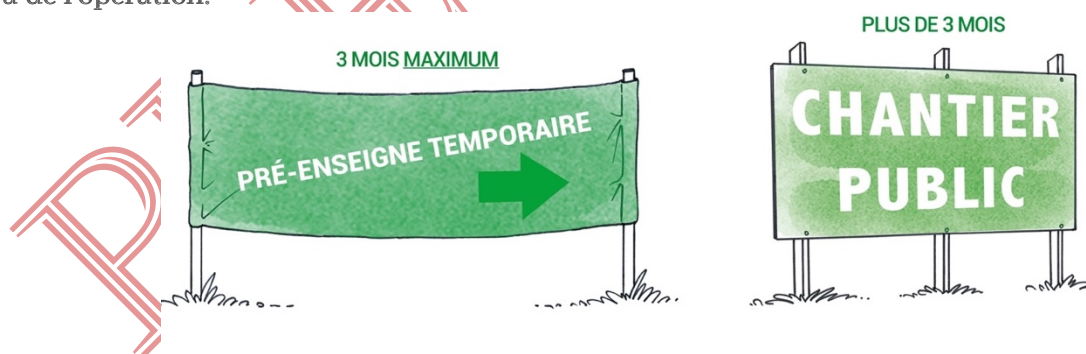
*Enseigne numérique, ZAC de l'An 2000, novembre 2018*

### i) Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement<sup>55</sup> » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée précédemment, notamment :

<sup>55</sup> Cf. règles du code de l'environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport



- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>56</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>57</sup>.

Enfin, en fonction de leur typologie, elles doivent respecter les règles suivantes :

- *pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :*
  - saillie  $\leq 25$  centimètres ;
  - ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
  - ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- *pour les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :*
  - ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
  - saillie  $\leq 1/10^{\text{ème}}$  de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 mètres ;
- *pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :*
  - surface totale  $\leq 60 \text{ m}^2$
- *pour les enseignes temporaires de plus de  $1 \text{ m}^2$ , scellées ou installées directement sur le sol :*
  - une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
  - règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
  - surface  $\leq 12 \text{ m}^2$ .

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes apposées sur une clôture ou un mur non aveugle, parfois scellées au sol pour des opérations immobilières, la promotion de locaux à vendre ou à louer ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact paysager de ces dispositifs sur le territoire mais aussi économique de sorte qu'aucun établissement n'ait la tentation de multiplier les enseignes temporaires pour bénéficier de droits qu'il n'aurait pas s'il s'agissait d'enseignes permanentes.

## j) Conclusion

La plupart des enseignes observées sur le territoire communal sont conformes à la réglementation nationale de la publicité extérieure. Néanmoins, certaines catégories questionnent par leur place dans le paysage actuel. Les enseignes scellées au sol de grand format ont un impact paysager important du fait d'un relief peu marqué en dehors des terrils. De même, les enseignes sur clôture ou sur toiture, si elles sont peu nombreuses sur le territoire communal, posent question par leur format parfois démesurée ou leur implantation très polluante. On note enfin la présence de quelques enseignes numériques sur le territoire communal où une attention particulière devra être portée pour éviter une surenchère au détriment des paysages.

<sup>56</sup> Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

<sup>57</sup> Arrêté non publié à ce jour

## **Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure**

### **1. Les objectifs**

Dans sa délibération de prescription en date du 21 décembre 2017, le Conseil Municipal de la commune de Liévin s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Adapter la réglementation nationale au contexte local en définissant des prescriptions spécifiques à la commune en matière de densité, aspects et formats ;
- Protéger l'environnement ;
- Valoriser l'image et les paysages de la commune de Liévin et son cadre de vie ;
- Contribuer à l'amélioration de la qualité des enseignes commerciales en centre-ville dans les zones de moyenne et grande distribution, dans les ilots commerciaux des quartiers et le long des axes de circulation des zones résidentielles ;
- Améliorer la qualité visuelle et paysagère du RD58E et de la RD58 dont les parties situées aux entrées de ville (Pôle d'excellence sportif et quartier Jaurès-Louvre) ;
- Améliorer la qualité visuelle des zones industrielles et des zones artisanales dont la ZAL Saint Amé ;
- Définir les obligations et modalités d'extinction des publicités et enseignes lumineuses ;
- Améliorer la police relative à la publicité, en particulier face aux infractions au cadre réglementaire.

### **2. Les orientations**

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, la commune de Liévin s'est donné les orientations suivantes, débattues en Conseil Municipal du 5 octobre 2021 :

- Adapter la densité et le format publicitaires aux spécificités territoriales : valorisation des secteurs de protection patrimoniale et des zones à dominante résidentielle ;
- Réduire la densité et les formats publicitaires.

## **Justification des choix retenus**

### **1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes**

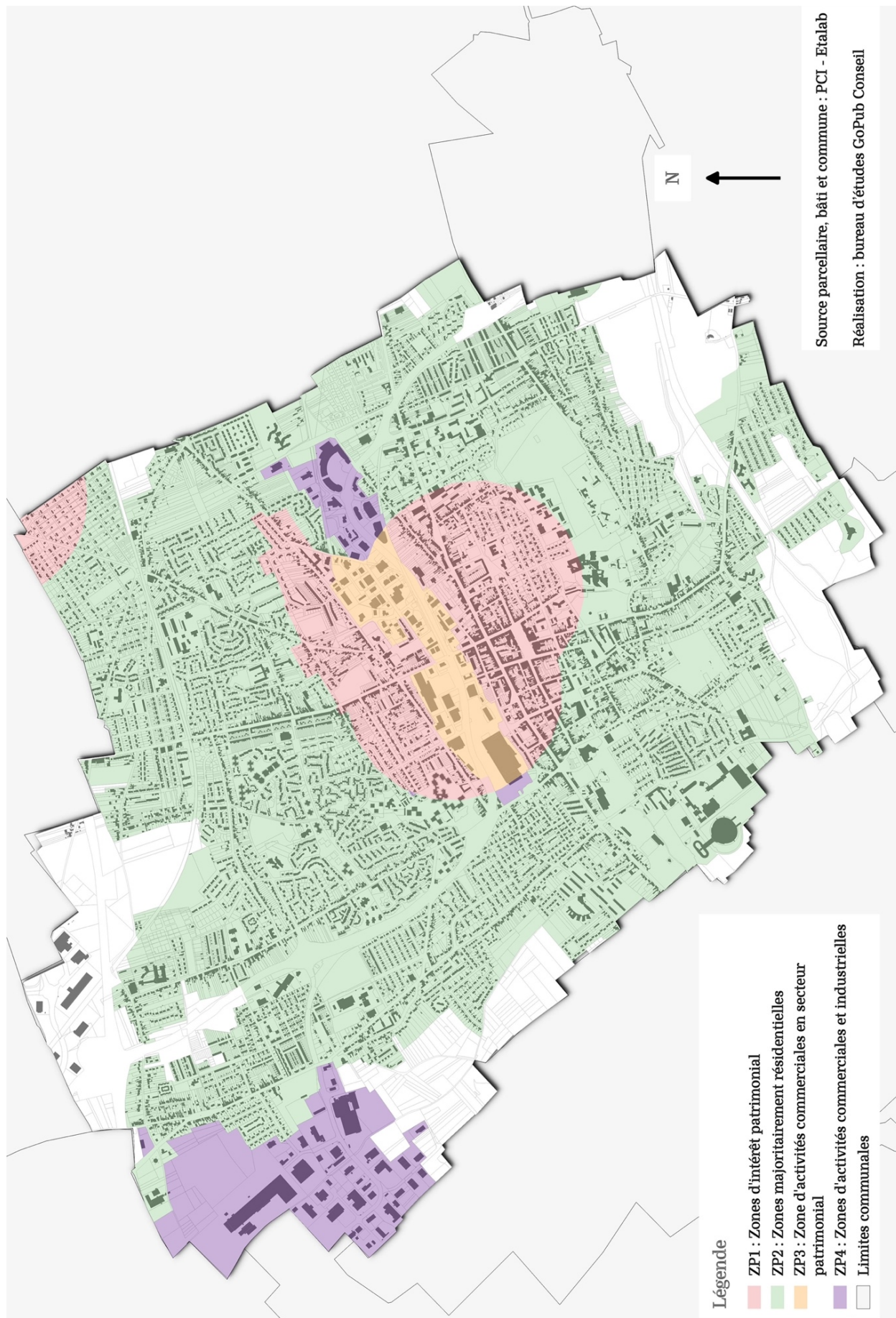
En matière de publicités et préenseignes, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et cohérent avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Liévin.

Quatre zones de publicité distinctes sont donc instituées sur le territoire communal. Elles couvrent l'ensemble de l'agglomération liévineoise et sont définies de la manière suivante :

- la zone de publicité n°1 (notée ZP1) couvre les secteurs patrimoniaux d'interdiction relative soit le périmètre de protection modifié de la Fosse Aimée Tilloy, les abords du chevalement du puits n°1 bis de la compagnie des mines, les abords du temple protestant, ses annexes et son presbytère et les abords de la fosse Pierre Destombes ;
- la zone de publicité n°2 (notée ZP2) couvre les secteurs urbanisés mixtes accueillant majoritairement des habitations ;
- la zone de publicité n°3 (notée ZP3) couvre la zone commerciale ;
- la zone de publicité n°4 (notée ZP4) couvre les zones d'activités commerciales, industrielles et artisanales situées en dehors des secteurs patrimoniaux.

Les secteurs situés en dehors des zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont strictement interdites, sauf exception.

PRE-PROJET



*Plan de zonage « publicité » de la commune de Liévin*

## **2. Les choix retenus en matière d'enseignes**

En matière d'enseignes, les règles retenues concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération. Le but est d'harmoniser au maximum les règles pour garantir un cadre de vie de qualité pour tous tout en prenant en compte les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Ainsi, afin de prendre en compte les besoins des acteurs économiques du territoire ainsi que les enjeux mis en exergue par le diagnostic et dans un souci de cohérence et de simplicité, le zonage choisi pour les enseignes est similaire au zonage qui s'applique à la publicité et aux préenseignes, à l'exception notable de l'intégration de la zone d'activités économiques de Quadraparc située au nord de la commune en limite de la commune de Grenay.

Tout d'abord pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdira l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les balcons ou balconnets ;
- les garde-corps et les barres d'appui de fenêtres, de baies, de balcons ou de balconnets ;
- les clôtures non aveugles.

Par souci de limitation de la pollution lumineuse et d'économies d'énergie, les enseignes lumineuses seront éteintes dès lors que l'activité signalée aura cessé et ne pourront être rallumées qu'à son ouverture.

Enfin, les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes interdictions et règles que les enseignes permanentes vues précédemment pour les mêmes raisons. Cela permettra d'éviter la surenchère d'enseignes à l'occasion de manifestations exceptionnelles ou encore d'opérations immobilières ou commerciales.



Source parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab  
 Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil

- Légende**
- ZE1 : Zones d'intérêt patrimonial
  - ZE2 : Zones majoritairement résidentielles
  - ZE3 : Zone d'activités commerciales en secteur patrimonial
  - ZE4 : Zones d'activités commerciales et industrielles
  - Limites communales

***Plan de zonage « enseigne » de la commune de Liévin***

