

DEPARTEMENT DU PAS DE CALAIS

**COMMUNE DE LIEVIN**



**ENQUETE PUBLIQUE relative au  
PROJET D'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL  
DE PUBLICITE DE LA COMMUNE DE LIEVIN**

Prescrite par l'arrêté de M. le Maire de Liévin du 29 juillet 2022

Période de l'enquête : du lundi 10 octobre 2022 au mercredi 26 octobre 2022

Siège de l'enquête : Services administratifs de la Mairie de Liévin

**CONCLUSIONS MOTIVEES ET AVIS**

De M. Jean-Marc DUMORTIER, Commissaire enquêteur, désigné par décision N° E22000091/59 du 20 juillet 2022 de M. le Président du Tribunal Administratif de Lille

# 1 – CADRE GENERAL DE L'ENQUETE et LES OBJECTIFS

La présente enquête publique concerne le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Liévin.

Les dispositifs publicitaires, les préenseignes et les enseignes situés sur une voie publique ou visibles depuis une voie publique sont réglementés, en termes de localisation, de densité, d'aspect (lumineux ou non, numérique) et de dimension, au travers du Règlement National de Publicité (RNP) détaillé dans le Code de l'Environnement aux articles L581-1 à L581-45 et R581-1 à R581-88.

Les communes ou les Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI), compétents en matière d'urbanisme, peuvent restreindre les dispositions figurant dans le RNP, pour tenir compte des spécificités locales, en élaborant un RLP. L'élaboration de celui-ci (ou sa révision) s'effectue selon les mêmes procédures que celles mises en œuvre pour un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou un PLU intercommunal (Articles L581-14-1 à L581-14-4).

La commune de Liévin est une agglomération essentiellement urbaine composée de nombreuses zones résidentielles, commerciales et d'activités, l'ensemble de ces zones couvrant la quasi intégralité du territoire communal. Comme bon nombre d'agglomérations urbaines, le « paysage urbain » de Liévin est notamment impacté par les différentes formes de publicité.

La commune de Liévin présente une configuration urbaine inhabituelle avec, pour corollaire, un regroupement des dispositifs publicitaires dans un secteur de grande valeur patrimoniale. Alors que bon nombre d'agglomérations comportent d'une part des centres anciens dotés de bâtiments classés ou de grandes valeurs architecturales avec peu de dispositifs publicitaires et d'autre part des zones commerciales périphériques avec de nombreuses publicités ou enseignes, la structuration urbaine de Liévin est bien différente. En effet, la principale zone commerciale, avec ses nombreux dispositifs publicitaires et enseignes, s'organise au centre de la commune, de part et d'autre de la RD 58, dans un secteur patrimonial comportant plusieurs monuments historiques dont l'emblématique chevalement du puits n°1bis de la compagnie des mines de Liévin. Force est de constater que la cohabitation entre les nombreux dispositifs publicitaires et la valeur patrimoniale de ce secteur interpelle.

Le Conseil Municipal de la commune de Liévin a décidé, lors de sa réunion du 21 décembre 2017 de prescrire, après l'établissement d'un diagnostic et une large concertation, l'élaboration d'un RLP en retenant les **objectifs** suivants :

- 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 de 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 îlots commerciaux des quartiers et le long des axes de circulation des zones résidentielles,
- Améliorer la qualité visuelle et paysagère de la RD 58<sup>E</sup> et de la RD 58 dont les parties situées aux entrées de ville (Pôle d'excellence sportif et quartier Jaurès – Louvres),
- 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.

Lors de sa délibération du 5 octobre 2021, le conseil municipal de Liévin a décidé, pour répondre aux objectifs définis dans le cadre de l'élaboration du RLP, de poursuivre cette élaboration selon deux orientations générales, la première concernant la publicité, la seconde concernant les enseignes :

- Orientation 1 : Adapter la densité et le format publicitaires aux spécificités territoriales : valorisation des secteurs de protection patrimoniale et des zones à dominante résidentielle.
- Orientation 2 : Améliorer la qualité des enseignes et harmoniser les dispositifs dans un but de valorisation économique et environnementale.

Dans le courant de l'année 2021 et du 1er trimestre 2022, la commune de Liévin a organisé une concertation en direction de la population, de toute personne intéressée notamment les sociétés spécialisées dans l'affichage publicitaire, des acteurs économiques de la commune et des personnes publiques associées (PPA).

Le 22 juin 2022, le Conseil Municipal de Liévin a :

- Tiré le bilan de la concertation
- Décidé d'arrêter le projet de RLP et de l'adresser, pour avis :
  - aux PPA
  - aux communes limitrophes qui ont demandé à être consultées
  - aux EPCI qui ont demandé à être consultés
  - à la Commission Départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites (CDNPS).

Le projet de RLP arrêté comporte, selon les termes des articles R581-72 à R581-80 du code de l'Environnement, un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il s'appuie, en l'occurrence, sur 4 zones distinctes de publicités couvrant l'ensemble de l'agglomération où s'appliquera une réglementation plus restrictive que les prescriptions du RNP. Il s'agit de :

- La zone de publicité N°1 (ZP1) qui couvre les secteurs patrimoniaux d'interdiction relative (concernant les immeubles inscrits à l'inventaire supplémentaire de monuments historiques) soit le périmètre de protection

modifié de la Fosse Aimé-Tilloy, les abords du chevalement du puits n°1bis de la compagnie des mines de Liévin, les abords du temple protestant, ses annexes et son presbytère et les abords de la fosse Pierre Destombes (située sur le territoire de la commune voisine de Loos en Gohelle),

- La zone de publicité N°2 (ZP2) qui couvre les secteurs urbanisés mixtes accueillant majoritairement des habitations,
- La zone de publicité N°3 (ZP3) qui couvre les parties de la zone commerciale située dans les secteurs patrimoniaux d'interdiction relative de la Fosse Aimé-Tilloy, du chevalement du puits N°1bis de la compagnie des mines ainsi que du temple protestant, ses annexes et son presbytère,
- La zone de publicité N°4 (ZP4) qui couvre les zones d'activités commerciales, industrielles et artisanales situées en dehors des secteurs patrimoniaux.

Par ailleurs, le même zonage a été adopté pour les enseignes avec des zones notées : ZE 1, ZE 2, ZE 3 et ZE 4 où s'appliquera également une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Les cartes insérées dans le dossier d'enquête publique illustraient bien ces quatre différentes zones.

L'enquête publique s'est déroulée du 10 octobre à 8H00 au 26 octobre 2022 à 18H00 selon les termes de l'arrêté du 29 juillet 2022 du Maire de Liévin.

## **2 – DEROULEMENT DE LA PROCEDURE**

Par décision N° E 22000091/59 du 20 juillet 2022, Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Lille a désigné, pour cette enquête publique, Monsieur Jean-Marc DUMORTIER en qualité de commissaire enquêteur.

Avant l'enquête, une réunion préalable s'est tenue à l'initiative du commissaire enquêteur, le 29 juillet 2022, dans les locaux des services municipaux de Liévin (Les Grands Bureaux).

Cette réunion avait plusieurs objectifs :

- Examen du projet de Règlement Local de Publicité : le contexte urbain de l'agglomération, le diagnostic effectué en matière de dispositifs publicitaires, de préenseignes et d'enseignes. Les enseignements résultant de ce diagnostic, le résultat de la concertation, les objectifs du RLP,
- Définir les modalités de l'enquête (période, durée, dates et lieux des permanences du commissaire enquêteur, ...).

Le 29 juillet 2022, M. le Maire de Liévin a pris un arrêté portant ouverture de l'enquête publique relative à l'élaboration du règlement local de publicité de la commune de Liévin.

Une visite des principaux axes de circulation et des zones de concentration de dispositifs publicitaires a eu lieu, avec deux agents des services techniques de Liévin, le 5 septembre 2022.

Avant le début de l'enquête, 7 Personnes Publiques Associées, sur les 21 consultées, ont exprimé un avis (tous favorables dont 3 avec des remarques ne remettant pas en cause leur

avis favorable). A noter que la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) n'a pas exprimé d'avis dans le délai imparti (et pendant la durée de l'enquête).

Un avis d'enquête publique a été publié dans deux journaux : L'Avenir de l'Artois (jeudi 22 septembre et mercredi 12 octobre 2022) et Terres et Territoires (vendredi 23 septembre et vendredi 14 octobre 2022). Cet avis d'enquête a été affiché à la mairie de Liévin (panneaux d'affichage de l'hôtel de ville et celui des services municipaux : Les Grands Bureaux) dès le 23 septembre 2022. De plus, l'avis d'enquête a également été affiché dans 18 autres lieux gérés par la commune de Liévin.

L'enquête publique s'est déroulée du lundi 10 octobre à 8H00 jusqu'au mercredi 26 octobre 2022 à 18H00.

Le dossier d'enquête était consultable en mairie (aux Grands Bureaux) tout au long de l'enquête ainsi que sur le site internet de la mairie de Liévin.

Les permanences du commissaire enquêteur se sont tenues dans une salle de réunion des services municipaux - les grands bureaux 45, rue Edouard Vaillant à Liévin :

- Le lundi 10 octobre 2022 de 8H00 à 12H00,
- Le vendredi 14 octobre 2022 de 8H00 à 12H00,
- Le mercredi 26 octobre 2022 de 14H00 à 18H00.

Pendant l'enquête, 3 sociétés intervenant dans le domaine de la publicité extérieure et de l'affichage se sont exprimées en remettant leurs contributions par mail mais aussi directement auprès du commissaire enquêteur pendant ses permanences. Une personne a exprimé un avis sur le site internet mais il s'agit d'un avis inexploitable et probablement pas en lien avec l'objet de l'enquête.

Outre de bonnes conditions matérielles pour la consultation du dossier (en version papier ou en version numérique) et la tenue des permanences du commissaire enquêteur, l'enquête publique s'est déroulée dans un climat très apaisé. On constate que le projet de RLP de la commune de Liévin, au travers de la concertation organisée, des consultations des PPA et de l'enquête publique n'a suscité aucun intérêt de la part du grand public et en particulier des habitants et des structures commerciales de Liévin. Seules s'expriment les sociétés intervenant dans le domaine de la publicité extérieure et de l'affichage.

## **3 - LES CONCLUSIONS**

### **3 – 1 – Conclusion partielle suite à l'étude du dossier et à la visite sur place**

Le dossier d'enquête publique était complet et illustre bien, en matière de publicité et d'enseignes, les objectifs de la commune de Liévin au travers de son futur Règlement Local de Publicité. Synthétiquement, la commune de Liévin souhaitait :

- Limiter l'impact de ces différentes formes de publicités,
- Protéger l'environnement,
- Valoriser l'image, les paysages de la commune 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 îlots

commerciaux des quartiers et le long des axes de circulation des zones résidentielles,

- Améliorer la police relative à la publicité, en particulier face aux infractions au cadre réglementaire.

La partie réglementaire du projet de RLP mentionnait des dispositions spécifiques (plus restrictives que celles du RNP) :

- ❶ - pour chacune des 4 zones de publicité (**ZP**) portant sur :
  - Les interdictions en matière d'installation de publicités et de préenseignes,
  - Le positionnement, la taille, les dimensions et la densité des publicités ou préenseignes admises sur le mobilier urbain,
  - Leurs plages d'extinction nocturnes,
  - Les caractéristiques lumineuses admises (ou non) des supports publicitaires.
- ❷ - pour chacune des 4 zones d'enseignes (**ZE**) portant sur :
  - Les interdictions en matière de positionnement des enseignes,
  - Les contraintes à respecter pour l'installation :
    - des enseignes parallèles ou perpendiculaires au mur,
    - des enseignes scellées ou installées directement sur le sol,
    - des enseignes fixées sur clôtures (dans les zones où elles sont admises).

Au travers de cette partie réglementaire, en réduisant significativement le nombre et l'importance des dispositifs publicitaires ou encore en intervenant sur la « physionomie » des enseignes, la commune de Liévin se crée la possibilité, de « façonner » le paysage urbain de l'agglomération en fonction des caractéristiques ou des particularités des différents secteurs qui la composent.

La réduction envisagée de l'impact visuel des dispositifs publicitaires et des enseignes prend toute son importance au centre de l'agglomération (dans la zone ZP3 et en partie ZP1) où l'on retrouve, à proximité de la RD 58, à la fois la zone commerciale dense à l'origine d'un "encombrement" publicitaire et les monuments historiques liévinois (avec leurs périmètres de protection), témoins du passé minier : Le chevalement du puits N°1 bis de la compagnie des mines de Liévin (inscrit en 2009), de la fosse Saint Amé (inscrit en 1992), le temple protestant et ses annexes (inscrit en 2009).

A ce titre, le RLP projeté par la commune me paraît des plus opportuns pour réduire la densité des dispositifs publicitaires. Ceux-ci particulièrement nombreux, de part et d'autre de la RD 58, et de plus s'ajoutant ou se confondant avec les nombreuses enseignes présentes sur les commerces, encombrant voire dénaturent le paysage urbain. Il est d'ailleurs probable que cet excès de dispositifs publicitaires et d'enseignes réduise leur perception et donc leur efficacité (trop de publicité « tue » la publicité !).

Le riche passé historique et les éléments bâtis qui en témoignent encore sont à l'origine du classement par l'UNESCO du bassin minier du Nord-Pas de Calais (dont la commune de Liévin). Ce classement et les monuments historiques cités ci-dessus plaident pour une mise en valeur du paysage urbain avec notamment une réduction significative des dispositifs publicitaires souvent trop impactants.

En dehors de la zone ZP4 (zone commerciale extérieure et zone industrielle), on ne peut que se féliciter de la volonté exprimée par la commune Liévin sur la qualité des enseignes qui

devront être installées en harmonie avec les lignes de composition des bâtiments, ses matériaux et ses couleurs.

S'agissant des autres secteurs de la commune (repérés ZP2 et ZP4) : les zones principalement résidentielles et les zones d'activités commerciales et industrielles, ils comportent peu de dispositifs publicitaires (ou tout au moins, ces dispositifs impactent moins le paysage urbain concerné). Les dispositions retenues dans la partie réglementaire du RLP envisagé devrait, si elles sont mises en œuvre, avoir une incidence limitée.

Quant à la réduction de la communication économique qui résulterait de la diminution des dispositifs publicitaires, il est à souligner qu'aucun responsable d'activités commerciales liévinoises ne s'est manifesté, pendant l'enquête publique, pour réclamer le maintien des dispositions actuelles.

Quant à l'amélioration de la police relative à la publicité (incombant actuellement au service de l'Etat), le diagnostic mentionné dans le rapport de présentation révèle un nombre important de dispositifs non conforme. La commune de Liévin, lorsque le projet de RLP sera définitivement adopté, bénéficiera alors de la compétence pour mettre en œuvre cette police de la publicité. Celle-ci dépendra alors de l'implication et des moyens que la commune de Liévin y consacrerait.

### **3 – 2 - Conclusion partielle relative à la concertation**

La commune de Liévin a organisé sa concertation, préalablement à l'arrêt de son projet de RLP, en direction de 3 « cibles » différentes : les PPA, les associations environnementales et les représentants des professionnels de l'affichage publicitaire et enfin les habitants de Liévin.

A cet effet, deux réunions de présentation furent organisées : le 27 janvier 2022 pour les PPA et le 3 mars 2022 pour les associations environnementales et les professionnels de l'affichage publicitaire.

Pour associer les liévinois, les services municipaux ont relaté le projet dans la revue municipale (le Liévinois Magazine N°328 de février 2022) et mis à leur disposition, jusqu'au 24 mars 2022, un registre papier (aux Grands Bureaux) et un registre électronique sur le site internet de la commune.

Les PPA qui ont participé à cette réunion ont tous apprécié la démarche entreprise en y apportant chacun quelques suggestions ne remettant pas en cause leur avis favorable.

A l'issue de la réunion avec les associations environnementales et les représentants des professionnels de l'affichage publicitaire (qui n'a pas fait l'objet d'un compte-rendu), 3 courriers furent adressés au Maire de Liévin.

Synthétiquement : L'association Paysages de France considérait que le projet de RLP de Liévin n'était pas suffisamment restrictif. A l'inverse, l'Union de la Publicité Extérieure et la SAS JCDecaux France considérait que ce projet pénalise la mise en place de dispositifs publicitaires efficaces ou encore impose des contraintes d'implantation alors que la commune

dispose du pouvoir d'accepter ou de refuser l'implantation de ces dispositifs sur le domaine public. Ces positions furent à nouveau exprimées et développées lors de l'enquête publique.

S'agissant de la consultation organisée en direction des liévinois, elle ne fut pas concluante car aucun n'a exprimé d'avis à l'égard de ce projet.

En conclusion, la commune de Liévin a organisé une large concertation en consultant les PPA, toutes les structures concernées et les Liévinois.

Les professionnels de la publicité tout en reconnaissant l'intérêt de préserver le patrimoine liévinois emblématique de son passé, déplorent que le RLP projeté réduise les possibilités d'implantation, la taille et la densité des dispositifs publicitaires. Les PPA approuvent la démarche. Quant aux associations environnementales, elles souhaitent davantage de restrictions. Enfin, les liévinois, même les représentants des structures commerciales, artisanales et industrielles, ne se sont pas sentis concernés par le sujet ou peut-être l'ont-ils considéré trop compliqué ?

La concertation organisée par la commune de Liévin, sur son projet de RLP, a mis en évidence un réel désintérêt de la population et des structures commerciales liévinoises dont bon nombre d'ailleurs dispose d'enseignes ou utilise des dispositifs publicitaires. Outre ce désintérêt, on peut affirmer que ce projet de RLP met principalement l'accent, comme l'ont souligné les PPA, sur la qualité du paysage urbain (qui se caractérise notamment par un patrimoine minier classé à l'UNESCO) et du cadre de vie liévinois certes au détriment des professionnels de la publicité qui déplorent une diminution de leur champ d'intervention.

### **3 – 3 – Conclusion partielle relative aux avis des PPA**

Tout d'abord, on peut regretter que la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) – dans sa formation spécialisée de la publicité - n'ait pas exprimé son avis dans le délai imparti (avant le début de l'enquête) et même pendant le temps de l'enquête publique.

La Communauté d'Agglomération Lens-Liévin, Le Syndicat mixte des Transports Artois-Gohelle (Artois Mobilités) ainsi que la commune voisine de Bully les Mines ont exprimé un avis favorable sans aucune réserve.

Le syndicat mixte du SCOT de Lens-Liévin-Hénin-Carvin, a indiqué que l'élaboration de ce RLP et son contenu n'appellent pas de remarques particulières et font donc l'objet d'un avis favorable au titre du SCOT en ajoutant une observation à laquelle ne souscrit pas, à juste titre, la commune de Liévin.

L'architecte des bâtiments de France (ABF) – membre de la CDNPS – a indiqué que le projet présenté n'appelle aucune remarque ni observation de sa part.

Le Département du Pas de Calais - membre de la CDNPS - a formulé un avis favorable en demandant d'être associé lors des futures demandes d'implantation de dispositifs publicitaires sur son domaine public.

La DDTM – membre de CDNPS – a exprimé un avis favorable au projet de RLP proposé en regrettant synthétiquement que les mobiliers urbains supportant de la publicité à titre accessoire soient trop nombreux et que les restrictions en matière d'extinction des enseignes ne soient pas plus importantes.

Globalement, on peut affirmer que les PPA qui se sont exprimées, ont toutes formulé un avis favorable à l'égard du projet de RLP de la commune de Liévin, assorti, pour certaines, de suggestions ou de remarques ne remettant nullement en cause leur avis favorable.

### **3 – 4 – Conclusion partielle relative aux remarques exprimées par le public**

Les trois remarques (exploitables) ou contributions exprimées par le public pendant l'enquête furent formulées par la Société OXIALIVE, spécialisée dans la publicité numérique, la SAS JCDecaux France spécialisée en mobilier urbain support de publicité (à titre accessoire) et le syndicat professionnel Union de la Publicité Extérieure (UPE).

Ces 3 structures ont déploré le côté, plus ou moins, restrictif du RLP projeté par la commune de Liévin.

Pour l'UPE, le RLP tel qu'il est proposé, réduira considérablement l'installation de dispositifs publicitaires extérieurs avec parfois des tailles admises trop restreintes en terme de perception.

Les sociétés OXIALIVE et JCDecaux France déplorent l'interdiction de publicité numérique sur toute l'agglomération liévineuse (sauf pour la « petite » zone ZP4). Ils ont rappelé, dans leur contribution, les multiples avantages de la publicité numérique : publicités plus nombreuses sur moins d'emplacement, impact environnemental plus faible, possibilité de diffusion, en temps réel, de messages (non commerciaux) en direction du public.

Il n'est pas surprenant que les professionnels de la publicité extérieure ou leur représentant regrettent les restrictions prévues dans le projet de RLP. Mais force est de constater que l'encombrement publicitaire que l'on observe dans certains secteurs de la commune motive la mise en place d'un tel RLP.

A noter d'ailleurs qu'aucun représentant des structures commerciales présentes sur l'agglomération liévineuse, « grandes utilisatrices » de dispositifs publicitaires, ne s'est manifesté pendant l'enquête pour demander le maintien des dispositions actuelles en matière de publicité extérieure.

Malgré les trois contributions plus ou moins défavorables des professionnels de la publicité extérieure, le contenu du RLP projeté par la commune de Liévin présente un réel intérêt au vu de l'encombrement publicitaire de certains secteurs de la commune. Cependant, l'interdiction « pure et simple » de toute publicité numérique dans l'agglomération (hormis dans la ZP4) mériterait d'être à nouveau analysée, par la commune de Liévin avant qu'elle n'arrête son RLP. De même, l'interdiction des accessoires des dispositifs publicitaires (échelles, passerelles, ...) devrait être revue pour qu'ils soient admis dès lors que ces accessoires sont indispensables pour la sécurité du personnel et qu'ils ne soient plus perceptibles dès que leurs interventions seraient terminées.

### **3 – 5 – Conclusion partielle relative aux remarques formulées par le Commissaire enquêteur**

Comme le pressent la commune de Liévin dans son mémoire en réponse, le nombre de dispositifs publicitaires et de préenseignes non conformes au règlement national de publicité (RNP) doit toujours être importants. C'était déjà le constat consécutif au diagnostic effectué en 2018 lors du lancement de la procédure d'élaboration du projet de RLP.

Le « simple respect » du RNP aurait déjà eu un effet sensible quant à la réduction de l'encombrement des dispositifs publicitaires dans certains secteurs de Liévin.

Avec l'adoption de son RLP, la commune de Liévin disposera, comme l'indique l'article L581-14-2 du Code de l'Environnement, de la compétence en matière de police de la publicité sur son territoire. Cette nouvelle compétence permettra à la commune d'entreprendre un examen exhaustif de la légalité des dispositifs publicitaires existant avec pour probable corollaire une diminution des dispositifs non conformes : l'un des objectifs formulés par la commune pour motiver le lancement de la procédure d'élaboration de son RLP.

Ainsi que le suggérait le commissaire enquêteur dans son PV de synthèse, la commune de Liévin est favorable au transfert de terrains situés, dans le projet, en zone ZP1 et ZE1 (en bordure de la RD 58) et occupés par une concession automobile (Peugeot) et une autre en projet dans les zones ZP3 et ZE3 à l'instar des terrains voisins où sont implantés plusieurs autres concessions automobiles. Ainsi toutes les structures commerciales (principalement des concessions automobiles) situées dans un même secteur devront respecter les mêmes restrictions mentionnées dans le futur RLP. D'ailleurs, dans son mémoire en réponse, la commune a indiqué clairement sur un plan les parcelles concernées par ce transfert vers les zones ZP3 et ZE3. Ce transfert sera nécessaire pour garantir une égalité de traitement en matière de publicité pour toutes les structures commerciales situées dans ce secteur.

S'agissant de l'éventuelle augmentation des plages d'extinction des dispositifs publicitaires et des enseignes (en période nocturne) suggérée par le commissaire enquêteur, la commune de Liévin indique, dans son mémoire en réponse, ne pas y être favorable. Cette position est surprenante quand la même commune décide « *une mesure transitoire liée à la flambée des prix de l'énergie* » pour réduire les périodes d'éclairage public et d'éclairage des bâtiments communaux.

Je considère que la durée des plages d'extinction des dispositifs publicitaires et des enseignes (en période nocturne) devrait, à nouveau, être examinée par la commune avant l'adoption définitive de son RLP et ce dans la perspective de la recherche d'une sobriété énergétique ou encore d'une diminution de la pollution lumineuse engendrée.

Dans son PV de synthèse, le commissaire enquêteur suggérait la mise au point d'un guide didactique relatant le règlement local de publicité adopté pour faciliter sa compréhension par tous les acteurs concernés. Dans son mémoire en réponse, la commune de Liévin a déclaré « *y réfléchir et ce à destination des acteurs économiques locaux, des professionnels de l'affichage mais aussi des services et des élus ainsi que des services annexes (CCI, CMA) pour une meilleure appréhension du sujet* ». On ne peut que s'en féliciter !

Enfin, comme le commissaire enquêteur, la commune de Liévin déplore l'absence de participation du public malgré les mesures de publicité mises en place pour l'enquête publique. Le « public » n'est pas sensible à la réglementation de la publicité extérieure bien que déplorant parfois ses excès. L'établissement d'un guide didactique relatant le RLP permettra un début de sensibilisation de la population liévinoise à ce sujet et l'appropriation des multiples objectifs définis par la commune au lancement de son RLP.

### 3 – 6 – Conclusion Générale

L'agglomération de Liévin se caractérise, sur le plan urbanistique, par une zone centrale où se concentre, le long de l'axe structurant qu'est la RD58, un bon nombre des activités commerciales de la commune. Cette concentration se caractérise par un encombrement publicitaire résultant d'un nombre conséquent de dispositifs publicitaires conformes ou non conformes et d'enseignes.

Outre le riche passé historique et les éléments bâtis qui en témoignent encore, à l'origine du classement par l'UNESCO du bassin minier du Nord-Pas de Calais, la commune de Liévin, forte de son passé minier, comporte également plusieurs bâtiments inscrits au titre des monuments historiques. Ceux-ci confèrent à plusieurs quartiers de la commune une valeur patrimoniale certaine.

Or, la zone centrale à forte vocation commerciale comporte plusieurs bâtiments et édifices à forte valeur patrimoniale dont un emblématique chevalement.

Cette juxtaposition d'un « encombrement publicitaire » et d'un patrimoine historique a conduit le conseil municipal de Liévin à décider, fin 2017, de limiter l'impact des différentes formes de publicités pour protéger l'environnement, valoriser l'image et les paysages de la commune ainsi que le cadre de vie des liévinois. Ces valorisations s'accompagneraient également d'une amélioration : des enseignes commerciales en centre-ville et dans les zones périphériques, de la qualité visuelle des RD 58 et 58<sup>F</sup> et des zones industrielles et artisanales. Cette volonté municipale explique le lancement des procédures d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) se substituant à l'actuel Règlement National de Publicité (RNP).

Après un large processus de concertation en direction des Personnes Publiques Associées (PPA), des associations environnementales, des professionnels de la publicité extérieure et du public, la commune a arrêté, en juin 2022, son projet de RLP. Ensuite elle a consulté les PPA pour recueillir leur avis et enfin a lancé une enquête selon les termes de l'arrêté du maire en date du 29 juillet 2022.

L'enquête publique s'est déroulée du lundi 10 octobre au mercredi 26 octobre 2022. Cette enquête s'est déroulée dans de bonnes conditions matérielles après une publicité légale « classique » et une large publicité dans les multiples bâtiments communaux et sur le site internet de la commune.

Force est de constater que l'ensemble des PPA a exprimé un avis favorable à l'égard de ce projet de RLP. Certaines ont assorti leur avis de remarques ou suggestions qui ne remettaient pas en cause leur avis favorable.

On peut regretter l'absence d'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites qui ne s'est pas exprimée dans le délai imparti : ce qui équivaut, en application de l'article L581-14-1 du code de l'Environnement, à un avis favorable.

Les liévinois (et notamment les représentants des structures commerciales grandes « utilisatrices » de dispositifs publicitaires) ne se sont pas manifestés pendant l'enquête publique. Seuls les professionnels de la publicité extérieure ont remis une contribution auprès du commissaire enquêteur.

Dans ces contributions, ils ont déploré le côté, plus ou moins, restrictif du RLP projeté avec une réduction du nombre d'installations de dispositifs publicitaires extérieurs avec parfois des tailles admises trop restreintes en terme de perception. Ils regrettent également (dans deux

contributions) l'interdiction de publicité numérique sur toute l'agglomération liévineuse (sauf pour la « petite » zone ZP4) tout en rappelant ses multiples avantages en direction du public.

J'insiste, à nouveau, sur le fait qu'aucun représentant des structures commerciales présentes sur Liévin, informé de la tenue d'enquête publique, ne s'est manifesté pour demander le maintien des dispositions actuelles en matière de publicité extérieure.

Il n'est pas surprenant que les professionnels de la publicité extérieure ou leur représentant regrettent ces restrictions prévues dans le projet de RLP. Mais force est de constater que l'encombrement publicitaire que l'on observe dans certains secteurs de la commune motive sa mise en place.

Malgré les trois contributions plus ou moins défavorables des professionnels de la publicité extérieure, le contenu du RLP projeté par la commune de Liévin présente un réel intérêt au vu de l'encombrement publicitaire de certains secteurs de la commune : ce que confirme d'ailleurs l'ensemble des PPA qui se sont exprimées. Ce contenu permettra la mise en œuvre des objectifs, tout à fait louables, que le conseil municipal de Liévin a déterminés fin 2017.

Lorsque le RLP sera définitivement adopté, il permettra à la commune, alors compétente en matière de police de la publicité, d'engager une démarche de vérification de la légalité des dispositifs existants. La suppression des dispositifs non conformes déjà à l'actuel RNP et ensuite au RLP réduira, de façon significative, leur nombre.

Ainsi le cadre de vie liévineois, tant dans les zones commerciales que dans les zones résidentielles s'en trouvera amélioré. Les secteurs à forte valeur patrimoniale retrouveront une certaine authenticité. Les efforts entrepris par la commune pour la qualité de ses espaces urbains s'en trouveront reconnus. La mise en œuvre du RLP de la commune de Liévin aura un impact inéluctable sur les espaces extérieurs qui constituent le cadre de vie des liévineois.

Cependant, à l'issue de l'enquête publique, plusieurs observations ou remarques méritent d'être, à nouveau, considérées par la commune lors de la mise au point définitive de son RLP.

Tels que décrits dans ma conclusion partielle ci-dessus, plusieurs terrains le long de la RD58 occupés par une concession automobile et une autre en projet devraient être classés en zone ZP3 et ZE3 au lieu du classement actuel ZP1 et ZE1 et ce pour que, dans un même secteur, les mêmes structures commerciales soient concernées par les mêmes restrictions. Le plan joint au mémoire en réponse de la commune détaille les terrains concernés par ce changement de zones.

Je regrette que la commune n'étende pas davantage les plages d'extinction des dispositifs publicitaires et des enseignes (en période nocturne), à l'instar des réductions de durée d'éclairage public qu'elle a récemment décidées. La commune devrait, à nouveau me semble-t-il, examiner la durée de ces plages d'extinction et ce dans la perspective d'une plus grande sobriété énergétique ou encore d'une diminution de la pollution lumineuse engendrée.

La commune de Liévin a décidé dans son projet de RLP d'interdire la publicité numérique (sauf dans la ZP4). Deux représentants de professionnels de la publicité extérieure ont déploré cette interdiction en soulignant ses multiples avantages (publicités plus nombreuses sur moins d'emplacement, impact environnemental plus faible, possibilité de diffusion en

temps réel de messages non commerciaux). Avant l'adoption définitive de son RLP, il serait souhaitable que la commune examine à nouveau l'ampleur de son interdiction à l'égard de la publicité numérique qui selon les professionnels concernés présenterait également un intérêt, non commercial, en direction du public.

De même, le projet de RLP interdit tous les accessoires nécessaires à la sécurité du personnel intervenant sur les dispositifs publicitaires (échelles, passerelles, ...) : ce qui interpelle le syndicat professionnel l'UPE. Cette interdiction des accessoires des dispositifs publicitaires devrait être revue pour qu'ils soient admis dès lors que ces accessoires sont indispensables à la sécurité du personnel concernés et qu'ils ne sont plus perceptibles dès que leurs interventions seraient terminées.

Enfin, la mise en œuvre d'un document didactique explicitant le contenu du RLP en direction des acteurs économiques locaux, des professionnels de l'affichage, des élus, des services municipaux et des liévinois permettrait une meilleure appréhension des dispositifs publicitaires admis : ce qui manifestement n'a pas suscité beaucoup d'intérêt de la part des liévinois pendant l'enquête publique.

## 4 – AVIS du COMMISSAIRE ENQUETEUR

Au vu du rapport de l'enquête publique, de l'ensemble des conclusions partielles et de la conclusion générale, ci-dessus, qui relatent :

- Le projet de RLP de la commune de Liévin,
- Le contexte juridique,
- Le déroulement de l'enquête publique,
- Les avis de personnes publiques associées,
- Les contributions du public (professionnels de la publicité extérieure),
- Les analyses du commissaire enquêteur

J'exprime un **avis favorable** à l'égard du projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Liévin. Cet avis favorable est assorti de 5 recommandations :

❶- Les zones ZP3 et ZE3 devraient être étendues au détriment des zones ZP1 et ZE1, selon le plan joint au mémoire en réponse de la commune, pour que les terrains, situés le long de la RD58 et occupés par une concession automobile et une autre en projet, soient localisés dans ces zones ZP3 et ZE3.

❷- La durée des plages d'extinction des dispositifs publicitaires et des enseignes (en période nocturne) devrait, à nouveau, être examinée dans la perspective d'une plus grande sobriété énergétique ou encore d'une diminution de la pollution lumineuse engendrée.

③- L'ampleur de l'interdiction de la publicité numérique pourrait faire l'objet d'un nouvel examen qui, selon les professionnels concernés, pourrait présenter un intérêt, non commercial, en direction du public.

④ - L'interdiction des accessoires nécessaires à la sécurité du personnel intervenant sur les dispositifs publicitaires (échelles, passerelles, ...) devrait être revue pour autoriser ceux qui sont indispensables à la sécurité du personnel concernés et qui ne sont plus perceptibles dès que leurs interventions seraient terminées.

⑤- La mise en œuvre d'un document didactique explicitant le contenu du RLP adopté permettrait une meilleure appréhension, par les différents publics intéressés ou concernés, des prescriptions concernant les multiples dispositifs publicitaires admis sur le territoire liévinois.

Fait à Alette, le 17 novembre 2022

Jean-Marc DUMORTIER

Commissaire enquêteur