



Sylvain ROBERT
Maire de Lens
Président de la Communauté
d'Agglomération de Lens-Liévin

DIRECTION de la Vie de La Cité – Accès aux
services publics et ressources internes
Gestion des Assemblées – Elections - Droit de
la personne et de la famille

Affaire suivie par Mme Sue-Ellen LANGLAIS
03 21 69 86 13 / sianglais@maire-lens.fr

Réf : SL/BB

EXTRAIT DU REGISTRE

DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

AFFICHE EN MAIRIE LE 28 MAI 2021

=====

SEANCE DU 26 MAI 2021 – 14H00

=====

L'an deux mille vingt et un, le 26 mai, à 14 heures, le Conseil Municipal de la Ville de LENS s'est assemblé à l'hôtel de ville, sous la présidence de Monsieur Sylvain ROBERT, Maire, et sur convocation en date du 12 mai 2021.

La présidence est assurée par M. HANON pour les délibérations N° 28 et 29, M. ROBERT étant sorti de la salle du Conseil avant tout examen de la délibération N°28.

Etai^{ent} présents : MM. ROBERT et HANON, Mme AIT CHIKHEBBIH, M. DESMARETZ, Mme BOURDON, M. GHEYSENS, Mme CORRE, M. CECAK, Mme LEFEBVRE, M. MAZURE, Mme LAGNIEZ, M. BOUKERCHA, Mme MEPHU NGUIFO, M. DESOUTTER, Mmes CHOCHOI et MAZEREUW, MM. CUGIER, et REAL, Mme MASSET, M. OUDJANI, Mmes LOURDELLE, GLEMBA, et BRAET, M. LOURDEL, Mme JACKOWSKI, M. NYCZ, Mmes LEROY et LAUWERS, MM. PACH, CLAVET et DUCASTEL.

Etai^{ent} excusés : Mme VAIRON ayant donné pouvoir à M. BOUKERCHA, M. DAUBRESSE ayant donné pouvoir à M MAZURE, Mme BRASSART ayant donné pouvoir à Mme CHOCHOI, M. HOJNATZKI ayant donné pouvoir à Mme AIT CHIKHEBBIH, Mme NION ayant donné pouvoir à Mme GLEMBA, M. CHENIFINE et Mme VINCENT n'ayant pas donné pouvoir.

Etai^t absente : Mme NEMETH

Les conseillers présents formant la majorité des membres en exercice, lesquels sont au nombre de trente-neuf, il a été procédé, conformément à l'article L.2121-15 du Code général des collectivités territoriales, immédiatement après l'ouverture de la séance, à la nomination d'un secrétaire pris au sein du Conseil.

Madame MASSET, conformément aux dispositions de l'article L.2121-15 du Code général des collectivités territoriales, a été désignée à l'unanimité des Conseillers présents, pour remplir ces fonctions qu'elle a acceptées.

Accusé de réception - Ministère de l'intérieur

062-216204982-20210526-DLB10_CM260521-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/05/2021

Affichage : 28/05/2021

Pour l'autorité compétente par délégation



NOMENCLATURE 2.1.

VILLE DE LENS
CONSEIL MUNICIPAL
SÉANCE DU 26 MAI 2021

REVISION GENERALE DU REGLEMENT LOCAL
DE PUBLICITE (RLP)
DEFINITION DES OBJECTIFS POURSUIVIS ET
DES MODALITES DE LA CONCERTATION

Rapporteur : Madame Cécile BOURDON

Dans une volonté d'améliorer l'environnement et le cadre de vie de ses habitants, la commune de Lens s'est dotée d'un Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé par son Conseil Municipal en séance du 23 juin 2011. L'élaboration de ce document, réalisé en lien avec les professionnels du secteur, les commerçants et les habitants au travers de groupes de travail, a permis de mieux contrôler l'affichage des panneaux publicitaires sur le territoire de la commune et de faire du Maire l'autorité compétente en matière de publicité, de pré-enseigne et d'enseigne sur la commune.

Comparable à un Plan Local d'Urbanisme (PLU), le RLP est un document qui vient réglementer la publicité, les pré-enseignes et les enseignes sur le territoire communal. De plus, ce document revêt une importance particulière pour la mise en valeur des commerces du centre-ville participant à maintenir un tissu commercial et économique diversifié et riche, en lien notamment avec le repérage de plusieurs séquences d'immeubles remarquables en centre-ville suite à la récente approbation du PLU. Aussi, le RLP a pour but de gérer ces affichages afin d'en réglementer le nombre, la taille, la forme, dans un souci de réduction de la pollution visuelle, de développement durable, d'amélioration et de préservation du cadre de vie des habitants. Ainsi, en fonction des zones qui seront définies, une réglementation adaptée et différenciée sera mise en place pour ces affichages, qu'on se trouve en centre-ville ou en zone d'activité. De ce fait, l'ensemble des personnes et professionnels qui souhaiteront procéder à un affichage publicitaire, de pré-enseigne ou d'enseigne devra se conformer aux dispositions du RLP.

Depuis l'approbation du RLP en 2011, de nouvelles formes de communication et notamment de publicité sont apparues montrant les limites de l'actuel RLP. De plus, aujourd'hui, le RLP ne semble plus adapté aux différents projets d'enseignes que la commune doit instruire, ce qui nécessite donc une adaptation du document aux nouvelles pratiques. Enfin, suite à l'inscription du Bassin Minier sur la liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO et à la récente approbation du PLU, la révision du RLP est rendue nécessaire afin d'intégrer dans ce document les enjeux de mise en valeur du patrimoine sur l'ensemble de la commune, des cités minières au centre-ville.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, il s'avère donc nécessaire de procéder à la révision générale du RLP de la commune afin de le moderniser et de l'adapter à la réalité du territoire dans le souci de favoriser le développement économique et l'installation de nouveaux commerces sur la commune.

Dès lors, à la lecture de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, la procédure de révision du RLP est engagée par la commune dans les mêmes conditions que la procédure d'élaboration, de révision ou de modification des PLU prévue par le code de l'urbanisme. Ainsi, selon les dispositions des articles L.103-3, L.153-11 et L.153-31 à L.153-35 du code de l'urbanisme, il appartient à la commune de définir les objectifs poursuivis par la révision et les modalités de la concertation qu'elle doit organiser.

Aussi, les objectifs poursuivis sont les suivants :

- Mettre à jour le RLP au regard des différentes évolutions législatives intervenues en la matière et notamment la loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'Environnement du 03 août 2009 et la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement et leurs différents décrets d'application qui ont été pris concomitamment et à la suite de l'élaboration du RLP ;
- Adapter le RLP aux évolutions technologiques intervenues depuis son approbation en 2011 notamment au regard des nouveaux formats des publicités, enseignes et pré-enseignes ;
- Prendre en compte dans le futur document la dimension patrimoniale locale, notamment au regard de l'inscription du Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais à l'UNESCO, mais aussi suite à la révision générale du PLU de la commune approuvé le 16 décembre 2020 ;
- Articuler le RLP avec les différentes politiques mises en place aujourd'hui sur la commune et plus précisément en centre-ville avec l'Action Cœur de Ville (ACV), l'Opération Programmée de l'Amélioration de l'Habitat-Rénovation Urbaine (OPAH-RU) ou encore les prochaines campagnes de rénovation des façades en centre-ville ;
- Articuler le RLP autour de l'équilibre à trouver entre les besoins exprimés par les acteurs économiques et la nécessaire prise en compte des enjeux climatiques et du cadre de vie des habitants.

- Réfléchir à l'adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) qui est aujourd'hui en place et recouvrée uniquement en matière de publicité et de pré-enseignes, afin d'en moduler son application en fonction des différents dispositifs (publicité, pré-enseigne ou enseigne).

Conformément aux dispositions précitées du code de l'urbanisme, il convient d'engager une concertation tout au long de la procédure de révision générale du RLP associant l'ensemble des personnes et professionnels intéressés tels que les habitants, les commerçants, les artisans, les annonceurs, les enseignants ou les associations de protection du cadre de vie et de l'environnement et toute autre personne concernée sur la base des modalités suivantes :

1- Les modalités d'information du public :

- Annonce par voie d'affichage et dans la presse locale de l'ouverture de la phase de concertation et de ses modalités ;
- Une information régulière du public sur l'avancée de la concertation par la mise à disposition à l'Hôtel de Ville d'un livret d'information évolutif résumant les échanges qui auront eu lieu ainsi qu'une « exposition » ;
- La création d'un espace dédié sur le site internet de la ville consacré à la révision du RLP.

2- Les modalités de la concertation du public :

- Mise à disposition du public, à l'accueil de l'Hôtel de Ville, d'un registre de concertation pour que ce dernier puisse y exposer ses remarques et propositions ;
- Création d'une adresse mail dédiée à la révision générale du RLP ;
- Mise en place de réunions publiques d'information tout au long de la procédure permettant d'échanger avec la population et les personnes concernées annoncées par voie de presse et d'affichage.

D'autres formes de concertation et de participation du public pourront être mises en place si cela s'avèrait nécessaire.

Au terme de la démarche de concertation, le Conseil Municipal tirera le bilan de la concertation par délibération.

Ainsi, et après en avoir délibéré, le Conseil Municipal décide :

- De prescrire la révision générale du RLP de la commune conformément à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, selon la procédure de révision du PLU prévue aux articles L.153-11 et suivants du code de l'urbanisme ;
- D'approuver les modalités de la concertation telles que présentées ci-avant et de procéder à leur lancement ;
- De donner autorisation à M. le Maire ou à son représentant pour signer ou exécuter tout contrat, avenant ou convention de prestation ou de service concernant la révision du RLP ;

Par ailleurs, il est précisé que conformément à l'article L.153-11 du code de l'urbanisme, la présente délibération est notifiée à :

- Monsieur le Préfet du département du Pas-de-Calais,
- Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin,
- Mesdames et Messieurs les Maires membres de la Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin,
- Monsieur le Président du Conseil Régional des Hauts-de-France,
- Monsieur le Président du Conseil Départemental du Pas-de-Calais,
- Monsieur le Président du Syndicat Mixte des Transports Artois-Gohelle,
- Monsieur le Président du Syndicat d'études et de programmation de l'agglomération chargé du suivi du schéma de cohérence territoriale (SCOT),
- Mesdames et Messieurs les représentants des chambres consulaires (métiers et artisanat, commerce et industrie, agriculture),
- Madame la représentante ou Monsieur le représentant de SNCF Réseaux.

La présente décision fera l'objet d'un affichage à l'Hôtel de Ville pendant un mois, d'une mention en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département et d'une publication au recueil des actes administratifs de la ville.

Avis favorable de la commission Travaux

⇒ Adoptée à la majorité absolue des suffrages exprimés après que le conseil municipal en eut délibéré.

Pour..... 32

Contre..... 0

Abstention..... 4 (M. CLAVET, Mme LAUWERS, Mme LEROY, M. PACH)

NOMENCLATURE 2.1.2
 VILLE DE LENS
 CONSEIL MUNICIPAL
 SÉANCE DU 09 JUIN 2023

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

062-216204982-20230609-DLB5_09062023-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 16/06/2023

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)
 PROCÉDURE DE REVISION GENERALE
 DEBAT SUR LES OBJECTIFS ET ORIENTATIONS
 FIXES DANS LE RAPPORT DE PRESENTATION

Rapporteur : Monsieur Jean-François CECAK

I. Cadre général

La révision du Règlement Local de Publicité (RLP) a été rendue nécessaire afin notamment

- de mettre à jour le document au regard des différentes évolutions législatives et réglementaires intervenues depuis 2011 (année d'adoption du RLP),
- d'adapter le règlement au contexte local lensois et aux besoins exprimés par les commerçants et les professionnels de l'affichage,
- de participer à la redynamisation du centre-ville et à l'amélioration du cadre de vie des lensois en lien avec l'approbation du Plan Local d'Urbanisme (PLU) en décembre 2020,
- mais également d'adapter le RLP aux nouveaux enjeux liés au dérèglement climatique et à la nécessaire prise en compte des objectifs de sobriété énergétique.

Par délibération du 26 mai 2021, le conseil municipal a donc

- prescrit la révision générale du Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé en 2011,
- fixé différentes dispositions afin d'encadrer les dispositifs de publicités, de préenseignes et d'enseignes,
- autorisé Monsieur le Maire ou son représentant à exercer ses pouvoirs en matière de police de l'affichage sur le territoire de la commune.

Conformément aux dispositions de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, l'élaboration, la révision ou la modification d'un RLP suit la même procédure que pour les PLU. Aussi, selon l'article R.581-72 du code de l'environnement, le RLP se constitue à minima de plusieurs documents :

- Un rapport de présentation ;
- Une partie réglementaire ;
- Des annexes.

Afin d'aboutir à un projet cohérent, la révision de ce document se déroule en plusieurs étapes qui s'alimentent les unes les autres :

1. Le diagnostic territorial : il permet de dresser un état des lieux exhaustif et d'analyser les atouts et contraintes du territoire communal ;

2. Les objectifs et orientations fixés dans le rapport de présentation : il s'agit du document qui formalise, à partir des éléments issus du diagnostic, les orientations et les objectifs retenus par la municipalité concernant l'aménagement de l'affichage extérieur sur son territoire ;
3. La traduction règlementaire des objectifs et orientations : il s'agit de la déclinaison des différents objectifs et orientations fixés dans l'étape précédente qui se formalise par la définition d'un zonage auquel s'appliquent différentes dispositions règlementaires en fonction du secteur de la commune et du type de dispositif (publicités, pré-enseignes ou enseignes).

La phase de diagnostic ayant été achevée, le travail de définition des objectifs et orientations a pu être engagé. Cadre de référence du RLP, cette étape constitue le projet politique de développement de la commune en matière d'affichage extérieur. Conformément à l'article R.581-73, les objectifs et orientations sont contenus dans le rapport de présentation, à la suite du diagnostic territorial et définissent les choix et la trajectoire que la commune se donne pour la prochaine décennie en matière d'aménagement de l'affichage extérieur, dans le but d'améliorer le cadre de vie des lensoises et des lensois.

Aussi, conformément à la procédure de révision du RLP, la population est associée à cette démarche dans le cadre de la concertation préalable dont les modalités ont été définies par la délibération du 26 mai 2021. C'est ainsi que des réunions publiques sont organisées pour présenter l'état d'avancement du projet et débattre des orientations à chaque étape de la procédure. Deux réunions publiques ont déjà eu lieu, la première concernant la présentation du diagnostic territorial et la deuxième portant sur le rapport de présentation dans sa globalité, en reprenant donc le diagnostic effectué et en présentant les objectifs et orientations qui sont aujourd'hui présentés au conseil municipal.

II. Les objectifs et orientations du rapport de présentation

A l'appui du diagnostic prospectif et partagé de son territoire, la municipalité a identifié les grands enjeux de développement et a fixé les objectifs et orientations que le futur règlement se devra de suivre. Ces objectifs et les orientations qui en découlent sont issus des enjeux soulevés en phase de diagnostic, notamment au travers de la concertation qui a eu lieu telle que définit dans la délibération prescrivant la révision du RLP :

- Les objectifs :
 - Objectif 1 : Améliorer le cadre de vie des habitants pour une ville apaisée et agréable à vivre, grâce à la maîtrise de l'affichage extérieur et prenant en compte les enjeux liés au changement climatique ;
 - Objectif 2 : Participer à la redynamisation de l'activité commerciale, notamment en centre-ville, pour consolider le rôle de polarité commerciale de Lens ;
 - Objectif 3 : Mettre en valeur le patrimoine architectural lensois en lien avec l'ensemble des politiques mises en œuvre sur le territoire.

Afin de parvenir aux objectifs fixés, les orientations suivantes ont été définies, chacune d'elle comportant des dispositions spécifiques :

- **Les orientations :**

- Orientation 1 : Porter une attention particulière aux dispositifs présents en entrée de ville et sur les axes structurants afin d'améliorer le cadre de vie des habitants ;
- Orientation 2 : Harmoniser l'ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville, et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique ;
- Orientation 3 : Assouplir la réglementation au sein des zones d'activité économique et porter une réflexion sur la taxe locale sur la publicité extérieure déjà existante ;
- Orientation 4 : Participer à la lutte contre le changement climatique en prenant en compte notamment les enjeux de sobriété énergétique.

Les objectifs et orientations retenus et la déclinaison des actions visant à les mettre en œuvre, sont détaillées dans le rapport de présentation annexé à la présente délibération (cf. annexe 1).

III. Débat sur les objectifs et orientations du rapport de présentation

Les objectifs et orientations proposés ci-avant ont été présentés aux Personnes Publiques Associées et à la population par l'organisation d'une réunion publique et n'ont fait l'objet d'aucune opposition ou observations négatives.

A ce stade de la démarche et conformément aux dispositions conjointes du code de l'environnement et du code de l'urbanisme, les objectifs et orientations doivent désormais être soumis au débat au sein du conseil municipal.

Monsieur le Maire ayant déclaré le débat ouvert et le conseil municipal ayant débattu des objectifs et des orientations fixés dans le rapport de présentation du RLP, il vous est proposé, si vous en êtes d'accord :

- De donner acte que le débat, portant sur les objectifs et orientations contenus dans le rapport de présentation a bien eu lieu au sein du conseil municipal conformément aux dispositions conjointes du code de l'environnement et du code de l'urbanisme.

La commission travaux a émis un avis favorable.

⇒ **Adoptée à l'unanimité après que le Conseil Municipal en eut délibéré.**

Pour..... 33

Contre..... 0

Abstention..... 4 (MM. CLAVET et PACH, Mmes LEROY et LAUWERS)

Le Maire,

Sylvain ROBERT



Le Secrétaire de Séance,

Michèle MASSET

EXTRAIT DU REGISTRE
DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

AFFICHE EN MAIRIE LE 13 JUIN 2023

=====
SEANCE DU 9 JUIN 2023 – 14H00
=====

L'an deux mille vingt-trois, le 9 juin, à 14 heures, le Conseil Municipal de la Ville de LENS s'est assemblé à l'hôtel de ville, sous la présidence de Monsieur Sylvain ROBERT, Maire, et sur convocation en date du 2 juin 2023.

Etant précisé que la présidence des débats pour l'examen et le vote du compte administratif 2021 a été assurée par Monsieur Jean-Pierre HANON, 1^{er} Adjoint, le Maire ayant quitté la salle.

Etaient en retard : M. DUCASTEL, n'ayant pas donné de pouvoir (M. DUCASTEL étant arrivé à 15h05 avant le vote de la délibération N°28).

Etaient présents : MM. ROBERT, HANON, et MAZURE, Mme BOURDON, M. GHEYSENS, Mme CORRE, M. CECAK, Mmes LAGNIEZ et MEPHU NGUIFO, M. DESOUTTER, Mmes CHOCHOI et MAZEREUW, M. CUGIER, Mme VAIRON, M. REAL, Mme MASSET, M. HOJNATZKI, Mmes LOURDELLE, GLEMBa et BRAET, M. LOURDEL, Mme JACKOWSKI, M. NYCZ, Mme LEROY, M. CLAVET et Mme DAVID.

Etaient excusés : Mme AIT CHIKHEBBIH ayant donné pouvoir à Mme CORRE, Mme LEFEBVRE ayant donné pouvoir à M. DESOUTTER, M. OUDJANI ayant donné pouvoir à Mme LAGNIEZ, M. BOUKERCHA ayant donné pouvoir à Mme VAIRON, Mme NION ayant donné pouvoir à Mme MASSET, M. DAUBRESSE ayant donné pouvoir à M. REAL, Mme BRASSART ayant donné pouvoir à Mme CHOCHOI, M. DESMARETZ ayant donné pouvoir à Mme LOURDELLE, Mme BEDNARSKA ayant donné pouvoir à M. CUGIER, Mme LAUWERS ayant donné pouvoir à M. CLAVET, M. PACH ayant donné pouvoir à Mme LEROY et Mme VINCENT n'ayant pas donné de pouvoir.

Les conseillers présents formant la majorité des membres en exercice, lesquels sont au nombre de trente-neuf, il a été procédé, conformément à l'article L.2121-15 du Code général des collectivités territoriales, immédiatement après l'ouverture de la séance, à la nomination d'un secrétaire pris au sein du Conseil.

Mme MASSET, conformément aux dispositions de l'article L. 2121-15 du Code général des collectivités territoriales, a été désignée à l'unanimité des Conseillers présents, pour remplir ces fonctions qu'elle a acceptées.

DIRECTION DE L'AMENAGEMENT ET DEVELOPPEMENT DE LA VILLE
 DIRECTION OPERATIONNELLE DE L'IMMOBILIER
 AB / AD

Question n° 9

NOMENCLATURE 2.1.2
 VILLE DE LENS
 CONSEIL MUNICIPAL
 SÉANCE DU 06 DECEMBRE 2023

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

062-216204982-20231206-DLB09_06122023-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 12/12/2023

 PROTECTION DU CADRE DE VIE ET
 DE L'ACTIVITE COMMERCIALE -
 REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) -
 PROCÉDURE DE RÉVISION GÉNÉRALE -
 BILAN DE LA CONCERTATION PRÉALABLE -
 ARRET DE PROJET

Rapporteur : Monsieur Jean-François CECAK

Le RLP est élaboré, révisé et modifié en suivant les mêmes procédures que celles en vigueur pour le Plan Local d'Urbanisme (PLU) : délibération prescrivant l'élaboration du document, arrêt du projet, enquête publique, approbation.

Le RLP sera annexé au PLU. Il comprend :

- un rapport de présentation qui, en s'appuyant sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, notamment de densité, de pollution lumineuse et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard des orientations et objectifs.
- une partie réglementaire et des annexes.

I. Cadre général

Par délibération en date du 26 mai 2021, le conseil municipal a prescrit la révision générale du Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé le 23 juin 2011 afin notamment de poursuivre l'amélioration du cadre de vie des lensoises et lensois, de s'adapter aux nouvelles formes de communications et répondre aux nouveaux besoins des professionnels et des commerçants. De plus, l'approbation du Plan Local d'Urbanisme (PLU) en décembre 2020 et l'intégration des enjeux de mise en valeur du patrimoine à ce dernier ont également rendu nécessaire la révision du RLP de la commune, afin d'adapter et de mettre en cohérence ce dernier avec le PLU.

La procédure de révision du RLP est un processus long qui se déroule en plusieurs étapes, chacune d'entre-elles alimentant la suivante pour aboutir à un projet cohérent. Ainsi, la procédure a débuté par la phase de diagnostic territorial qui a permis de dresser un état des lieux exhaustif et d'analyser la situation géographique mais également réglementaire des dispositifs par rapport à la réglementation nationale et au RLP en vigueur. Sur la base des éléments issus de ce diagnostic, le conseil municipal a pu débattre des objectifs et orientations retenus par la municipalité au cours d'un débat organisé en son sein le 06 juin 2023. La procédure s'est ensuite poursuivie par le travail de traduction réglementaire des objectifs et orientations avec l'élaboration du plan de zonage et du règlement littéral du RLP.

Ce travail aujourd'hui achevé, le conseil municipal est désormais invité à procéder à l'arrêt du projet du RLP.

Enfin, la délibération du 26 mai 2021 a défini, d'autre part, les modalités de concertation préalable à mettre en place.

II. Bilan de la concertation préalable

Modalités de la concertation

Les modalités de la concertation préalable telles que délibérées en conseil municipal du 26 mai 2021 sont les suivantes :

➤ **Les modalités d'information du public :**

- Annonce par voie d'affichage et dans la presse locale de l'ouverture de la phase de concertation et de ses modalités ;
- Une information régulière du public sur l'avancée de la concertation par la mise à disposition à l'Hôtel de Ville d'un livret d'information évolutif résumant les échanges qui auront eu lieu ainsi qu'une « exposition » ;
- La création d'un espace dédié sur le site internet de la ville consacré à la révision du RLP.

➤ **Les modalités de la concertation du public :**

- Mise à disposition du public, à l'accueil de l'Hôtel de Ville, d'un registre de concertation pour que ce dernier puisse y exposer ses remarques et propositions ;
- Création d'une adresse électronique dédiée à la révision générale du RLP ;
- Mise en place de réunions publiques d'information tout au long de la procédure permettant d'échanger avec la population et les personnes concernées annoncées par voie de presse et d'affichage.

Mise en œuvre des modalités de la concertation

Tout d'abord, le livret de présentation a été mis à disposition du public dans le hall de l'Hôtel de Ville durant toute la durée de la concertation et complété au fur et à mesure des documents présentés lors des réunions publiques. Ce livret était accompagné d'un registre permettant au public de consigner toutes ses remarques et/ou observations.

De plus, sur le site internet de la ville, une page a été dédiée à la procédure de révision générale, présentant les grandes lignes de la procédure et mis à jour à chaque fin de phase avec les documents validés politiquement.

En outre, une adresse électronique dédiée a été créée pour recueillir les observations du public.

De plus, des ateliers de travail ont été organisés avec les professionnels de l'affichage et de la publicité extérieure ainsi qu'avec les associations de protection de l'environnement et les conseillers de quartier lors de trois rencontres organisées les 23 et 30 septembre 2022.

De surcroît, ont été publiés dans le journal municipal « Lens Mag » un premier encart concernant l'organisation de la réunion publique relative au diagnostic territorial, un deuxième encart concernant l'organisation de la réunion publique relative à la définition des objectifs et orientations et enfin un troisième encart concernant l'organisation de la réunion publique relative à la partie réglementaire.

Ces trois réunions publiques ont été organisées pour présenter l'état d'avancement du projet et débattre des propositions à chaque étape de la procédure :

- Présentation du diagnostic territorial,
- Présentation des objectifs et orientations,
- Présentation du règlement du RLP comprenant les plans de zonage et le règlement littéral.

Ces réunions publiques se sont déroulées respectivement le 15 décembre 2022, le 14 mars 2023 et le 22 novembre 2023. Chacune des réunions publiques a fait l'objet d'annonces par voies de presse, d'un encart dans le « Lens Mag » et sur la page dédiée du site internet de la Ville.

Au cours de la concertation préalable, des observations et questions concernant divers thèmes ont pu être abordées : amélioration du cadre de vie des habitants, densité des dispositifs de publicité à certaines entrées de ville, prise en compte des enjeux de sobriété énergétique concernant les dispositifs lumineux ou encore qualité des enseignes sur l'ensemble du territoire et notamment en centre-ville. Le bilan de cette concertation a été établi et annexé à la présente délibération (annexe n°1).

Au regard de ce bilan, il y a lieu de constater que les modalités de concertation ont permis d'informer la population sur le déroulement et le contenu du projet de RLP et sur son cadre réglementaire, d'échanger et d'expliquer les choix et objectifs retenus et de prendre en compte les observations et remarques des habitants dans l'élaboration du projet.

III. Le projet de RLP soumis à l'arrêt

L'ensemble du dossier du RLP reprend chacune des pièces énoncées ci-après :

- **Le rapport de présentation** (annexe n°2) s'articulant sur différents documents :
 - **Le diagnostic territorial** : ce document reprend l'état des lieux du territoire en analysant différentes données. De plus, ce document recense de manière exhaustive l'ensemble des dispositifs de publicité repérés sur le territoire de la commune. Chacun des dispositifs recensés est analysé sur une fiche individuelle, notamment au regard de sa conformité à la réglementation nationale et à la réglementation locale.
 - **Les objectifs et orientations** : à la suite du diagnostic effectué et sur la base de celui-ci, ce document traduit les objectifs politiques à mettre en œuvre dans le futur RLP pour les prochaines années. Ce document expose donc la politique communale souhaitée au niveau de l'affichage extérieur.

- La justification des choix retenus: ce document expose et justifie de manière synthétique les choix retenus pour le zonage et la rédaction de du règlement. Les dispositions règlementaires sont justifiées au regard des objectifs et orientations retenus.
- **Le règlement** (annexe n°3) : il s'agit de la pièce centrale du RLP, puisque c'est dans cette dernière que sont contenues les dispositions règlementaires s'appliquant aux dispositifs de publicités, de préenseignes et d'enseignes. Le règlement prescrit alors différentes règles applicables aux différents dispositifs identifiés dans la zone dans laquelle ils se situent.
- **Les annexes** (annexe n°4) : les annexes comprennent différents documents adjoints au RLP et notamment le plan de zonage qui permet d'identifier la zone dans laquelle se situe le dispositif afin de connaître les dispositions du règlement qui lui sont applicables.

Aussi, si vous en êtes d'accord, il vous est proposé :

- de tirer le bilan de la concertation qui a eu lieu tout au long de la procédure de révision générale du RLP ;
- d'arrêter le projet de RLP de la commune ;
- d'autoriser Monsieur le Maire ou son représentant à procéder à toutes les formalités administratives nécessaires à la procédure de révision générale ;

Par ailleurs, il est précisé que :

- En application des articles R.153-20 et R.153-21 du code de l'urbanisme, la présente délibération sera affichée pendant un mois en mairie. Mention de cet affichage sera insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Elle sera en outre publiée au recueil des actes administratifs de la commune.
- Le projet de RLP de la commune sera transmis pour avis aux Personnes Publiques Associées mentionnées aux articles L.132-7 et L.132-9 du code de l'urbanisme.
- Le projet de RLP fera l'objet d'une enquête publique conformément aux dispositions du code de l'environnement au terme de laquelle, le conseil municipal de la commune sera amené à approuver par délibération la révision générale du RLP, éventuellement modifiée pour tenir compte des avis recueillis, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur.
- Enfin, conformément à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le RLP une fois approuvé sera annexé au PLU de la commune.

La commission Travaux a émis un avis favorable.

⇒ Adoptée à l'unanimité après que le Conseil Municipal en eut délibéré.

Le Maire,

Sylvain ROBERT



Le Secrétaire de Séance,

Henri CUGIER

Sylvain ROBERT
Maire de Lens
Président de la Communauté
d'Agglomération de Lens-Liévin

DIRECTION de la Vie de La Cité – Accès aux
services publics et ressources Internes
Gestion des Assemblées – Elections - Droit de
la personne et de la famille

Affaire suivie par Véronique BLOTTIAUX
Réf : VB/BB

EXTRAIT DU REGISTRE
DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

AFFICHE EN MAIRIE LE 7 DECEMBRE 2023

=====

SEANCE DU 06 DECEMBRE 2023 – 14H00

=====

L'an deux mille vingt-trois, le 06 décembre, à 14 heures, le Conseil Municipal de la Ville de LENS s'est assemblé à l'hôtel de ville, sous la présidence de Monsieur Sylvain ROBERT, Maire, et sur convocation en date du 29 novembre 2023.

Etaient présents : MM. ROBERT et HANON, Mme AIT CHIKHEBBIH, M. MAZURE, Mme BOURDON, M. GHEYSSENS, Mme CORRE, M. CECAK, Mme LEFEBVRE, M. OUDJANI, Mme LAGNIEZ, Mme MEPHU NGUIFO, M. DESOUTTER, Mmes CHOCHOI et MAZEREUW, M. CUGIER, Mme NION, MM. DAUBRESSE et REAL, Mme MASSET, Mmes LOURDELLE, GLEMBA et BRAET, M. LOURDEL, Mme JACKOWSKI, M. NYCZ, Mmes LEROY et LAUWERS, MM. PACH et CLAVET, Mme DAVID.

Etaient excusés : M. BOUKERCHA ayant donné pouvoir à M. ROBERT, Mme VAIRON ayant donné pouvoir à Mme AIT CHIKHEBBIH, Mme BRASSART ayant donné pouvoir à Mme CHOCHOI, M. HOJNATZKI ayant donné pouvoir à M. MAZURE, Mme BEDNARSKA ayant donné pouvoir à M. CUGIER, M. DUCASTEL n'ayant pas donné de pouvoir, Mme VINCENT n'ayant pas donné de pouvoir.

Etait absent : M. DESMARETZ.

Les conseillers présents formant la majorité des membres en exercice, lesquels sont au nombre de trente-neuf, il a été procédé, conformément à l'article L.2121-15 du Code général des collectivités territoriales, immédiatement après l'ouverture de la séance, à la nomination d'un secrétaire pris au sein du Conseil.

M. CUGIER, conformément aux dispositions de l'article L. 2121-15 du Code général des collectivités territoriales, a été désigné à l'unanimité des Conseillers présents, pour remplir ces fonctions qu'il a acceptées.

VILLE DE LENS
23 JAN. 2024
ARRIVEE COURRIER

Annexe 04

Hôtel de Ville
17 bis, Place Jean Jaurès
62307 LENS CEDEX

A l'attention de Monsieur le Maire

Service : Aménagement Territorial
Nos références : CD / RL / IM / 2024 - 017
Dossier suivi par : Réнал LEFEBVRE
renald.lefebvre@npdc.chambagri.fr
Vos références :
Objet : Règlement Local de Publicité

Saint-Laurent-Blangy, vendredi 12 janvier 2024

Siège administratif
56 avenue Roger Salengro
BP 80039
62051 Saint-Laurent-Blangy cedex
Tél : 03 21 60 57 57
Siret 130 013 543 00025

Monsieur le Maire,

Vous avez sollicité l'avis de la Chambre d'Agriculture sur le dossier de Règlement Local de Publicité de la ville de Lens. Nous vous en remercions.

Nous vous informons que ce projet n'appelle pas d'observation particulière d'ordre agricole de la part de notre Etablissement.

Veuillez agréer, Monsieur le Maire, l'expression de nos salutations distinguées.

Le Président,

Christian DURLIN



Siège social
299 Boulevard de Leeds
59000 Lille

REPUBLIQUE FRANÇAISE
Établissement public
Loi du 31/01/1924
Siret 130 013 543 00033
APE 9411Z

Hôtel de Ville
17 bis place Jean-Jaurès
62300 Lens

Marcq-en-baroeul, le 06 décembre 2023.

Communication Extérieure

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

Lettre recommandée avec accusé de réception et envoi anticipé par courriel à :
revisionrlp@mairie-lens.fr

Objet : Contribution à la révision du RLP de la Ville de Lens

Monsieur le Maire,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de Lens. Aussi, après étude de l'avant-projet de règlement, nous souhaitons vous faire part de quelques observations sur les règles relatives au mobilier urbain qui y sont inscrites.

Traité de manière spécifique par les textes (sous-section dédiée à l'« *utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire* » au sein du Code de l'environnement), le **mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire »** (c'est-à-dire, un dispositif exclusivement dédié à de la publicité commerciale).

En effet, **support de publicité qu'« à titre accessoire »** (article R.581-42 du Code de l'environnement), le mobilier urbain a pour fonction principale de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers (abris voyageurs et service public des transports – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, mobiliers d'informations et service public de l'information – Conseil d'Etat 10 juillet 1996 « Coisne », requête n°140606). Cette spécificité a d'ailleurs encore été rappelée récemment par les juges qui considèrent que « *le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés* » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° 19NC02575, plus récemment TA Orléans, 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Rennes, 13 avril 2023, requête n°2003094).

En outre, le mobilier urbain publicitaire ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens. Ce sont les recettes publicitaires du mobilier urbain qui permettent de financer le modèle (installation, entretien, maintenance des mobiliers urbains tout au long du contrat) et les services qui lui sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques...), le tout participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

De cette spécificité découle donc un traitement nécessairement distinct des dispositifs publicitaires, qui sont principalement, voire exclusivement, publicitaires.

Par ailleurs et contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** :

- ⇒ Par le **contrat public** qui en définit le nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation ;
- ⇒ Au titre des **autorisations d'occupation du domaine public** qui permettent à la collectivité de valider au cas par cas les implantations ;
- ⇒ Par le biais des formulaires d'**autorisations préalables** pour les mobiliers urbains numériques prévus par le Code de l'environnement (CERFA n° 14799*01 et n°14798*01) ;

- ⇒ Dans les périmètres protégés, notamment dans les sites patrimoniaux remarquable et les abords des monuments historiques, à l'appui des **déclarations préalables de travaux** prévues par le Code de l'urbanisme (CERFA 13404*10) qui sollicitent l'intervention de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, **toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante.**

Après étude de l'avant-projet de RLP transmis, nous relevons que la collectivité a pris soin de traiter le mobilier urbain publicitaire comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires classiques. En effet, celui-ci est traité de façon distincte des autres publicités au sein de la section 3 « *Définitions générales* » et de l'article 7 « *Dispositions relatives au mobilier urbain pouvant supporter de la publicité* ».

En effet, comme évoqué précédemment, parce que le mobilier urbain ne supporte de la publicité « *qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction* » (article R.581-42 du Code de l'environnement), il ne peut être assimilé aux « *dispositifs publicitaires* » dont le principal objet est de recevoir toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, conformément à l'article L.581-3 du Code de l'environnement.

En ce sens et en vue de parfaire la bonne compréhension du futur règlement du RLP, nous préconisons :

- D'insérer la mention suivante au sein du paragraphe « *Section 3 : Définitions générales* » :
« La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le présent RLP ».
- D'amender le lexique du projet de RLP (Titre II) en amendant la définition des « dispositifs publicitaires » et en amendant l'article 7 du règlement portant sur le mobilier urbain, comme suit :
 - « *Dispositif (publicitaire) : Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode* ».
 - « *Conformément au code de l'environnement, le mobilier urbain supportant de la publicité est limitativement énuméré :*
 - *Les abris destinés au public ;*
 - *Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public ;*
 - *Les colonnes porte-affichages ;*
 - *Les mâts porte-affichages ;*
 - *Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaire.*

Le mobilier urbain ne supportant qu'à titre accessoire de la publicité, il n'est pas considéré au titre du présent RLP comme un dispositif (publicitaire). »

Par ailleurs, nous relevons au projet de RLP la mention selon laquelle « *l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité* » (article 7 du RLP). Pour rappel, ces dispositions générales, insérées en section 2 du projet, contiennent notamment des dispositions en matière de densité (article 2) et des contraintes d'implantation vis-à-vis des dispositifs (publicitaires) scellés au sol avec imposition du « mono-pied » et la limitation aux dispositifs de type « double-face » (article 4).

Or, il n'est pas nécessaire que le futur RLP prévoit des contraintes d'implantation et/ou d'exploitation des publicités sur mobilier urbain alors que la collectivité en conserve l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix. Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire fait en effet l'objet d'une étude au cas par cas et d'un aval préalable des services avant toute installation. Par ailleurs, dans les périmètres protégés (abords monuments historiques notamment),

l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France est requis. Ainsi, la Ville, comme l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en périmètres protégés, peut **refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée**, même lorsque ce dernier est autorisé par le biais de son RLP. Enfin, lorsqu'il supporte de la publicité lumineuse (mobilier urbain numérique), il est soumis à l'autorisation prévue à l'alinéa 3 de l'article L.581-9 du Code de l'environnement, laquelle tient nécessairement compte du « *cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement* » (article R.581-15 dudit Code). Par ailleurs, il est à rappeler que le mobilier urbain n'est pas soumis aux règles de densité prévues par le Code de l'environnement conformément à l'article R.581-42 (non-renvoi vers l'article R.581-25 dudit code).

Dans ce cadre et si l'opposabilité de ces contraintes était maintenue dans le texte approuvé, il est à noter que ces dispositions remettraient en cause l'ensemble des implantations de mobiliers urbains d'informations présents sur le territoire (**90 mobiliers urbains d'informations 2m² de type mono-pied**) ainsi que les colonnes culturelles qui ne répondent nécessairement pas à l'exigence du « double face » et à la limitation du format prévue de 8m² prévue à date vis-à-vis de tout type de mobilier urbain (dernier alinéa de l'article 7).

En conséquence, sur l'ensemble de ces points, nous préconisons de **supprimer la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité »** et d'autoriser le mobilier urbain publicitaire en toutes zones du RLP, en le maintenant sous le régime prévu par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement. Par ailleurs, il conviendra de maintenir la levée de l'interdiction relative de publicité prévue à son égard en abords de monuments historiques (article 12 du RLP). Enfin, vis-à-vis du format de publicité autorisé, nous préconisons de faire préciser au règlement que cette mesure ne concerne que les mobiliers urbains d'informations prévus à l'article R.581-47 du code de l'environnement. En effet, pour les quatre autres types de mobiliers urbains, le code de l'environnement prévoit d'ores et déjà des contraintes de format à leur égard.

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Maire, nos salutations distinguées.

PO



Lionel EVRARD

Directeur régional



**PRÉFET
DE LA RÉGION
HAUTS-DE-FRANCE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction régionale
des affaires culturelles**

Arras, le 5 février 2024

Unité Départementale
de l'Architecture et du Patrimoine
du Pas-de-Calais

Direction Départementale des Territoires et de la
Mer du Pas-de-Calais

Affaire suivie par : Brian MOINE

100 Avenue Winston Churchill

Tel. : 03.21.50.42.70

CS 10007

Courriel : udap-pas-de-calais@culture.gouv.fr

62022 ARRAS Cedex

Objet. : Révision RLP de Lens

N/Réf. : 20240201_AvisABF_RLP-LENS

V/Réf. : Consultation courriel du 19/01/2024

AVIS DE L'ARCHITECTE DES BÂTIMENTS DE FRANCE

Cet avis fait suite à votre consultation demandant nos recommandations et observations concernant la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de LENS.

Avant tout commentaire des documents, il est important de noter que le zonage du RLP comprenant des « axes routiers à enjeux » occulte des séquences urbaines, présentant des enjeux patrimoniaux et urbains majeurs.

Concernant la partie réglementaire : 06 règlement littéral

L'article 12 du Titre III (p.18) propose de déroger à l'article L.581-8 du code de l'environnement, qui concerne la publicité sur mobilier urbain aux abords des monuments historiques. Il est à préciser que toutes demandes d'autorisations devra être préalablement soumises à l'accord de l'Architecte des bâtiments de France. Je rappelle également que le mobilier urbain peut supporter uniquement à titre accessoire et non principal de la publicité (Article R.581-42 du code de l'environnement). Leur fonction première restant d'assurer le service urbain et d'informer les usagers.

Les supports publicitaires tels que décrits, avec un grand format de 8m², dans la zone ZP1 ne devraient pas être autorisés dans ces secteurs protégés, compte tenu de leur prégnance visuelle.

Concernant les plans de zonages : Annexes 07.1 / 07.2

Les documents graphiques ne mentionnent pas les périmètres des monuments historiques de la ville de Lens ni les éléments biens UNESCO du bien « Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais » ou sa zone tampon.

Enfin, il aurait été souhaitable, en sus d'une mention des monuments historiques dans le règlement, que les périmètres des monuments historiques et sites protégés par le code de l'environnement apparaissent graphiquement sur chaque zone ou qu'il y soit fait référence sur chaque plan de zonage du dit RLP.

Le Chef de l'UDAP du Pas-de-Calais,
Architecte des bâtiments de France



Stéphane PILON

Monsieur Sylvain ROBERT
Maire de Lens
Hôtel de Ville
17bis Place Jean Jaurès
62307 LENS cedex

N/réf : AR/JeR/24/L/45

V/réf :

Objet : Avis CALL - Arrêt de projet - RLP - Ville de Lens

Pièce jointe : 0

Lettre Recommandée avec Avis de Réception

Monsieur le Maire, Cher Collègue,

Dans le cadre de la consultation des Personnes Publiques Associées, vous avez bien voulu me transmettre pour avis le projet arrêté de Règlement Local de Publicité (RLP) de votre commune et je vous en remercie.

DDEA

Dossier suivi par :
Service Planification
Urbaine et Ingénierie
Financière

jrobillart@agglo-
lenslievin.fr
Tél : 03.21.790.553

Par délibération municipale du 26 mai 2021, vous avez prescrit la révision générale du RLP de votre commune et par délibération du 06 décembre 2023 vous avez arrêté ledit projet. Le projet arrêté de révision générale du RLP a été transmis par lettre recommandée à mes services, reçue le 19 décembre 2023.

J'ai bien noté que cette version arrêtée du RLP a été rendue nécessaire afin :

- de mettre à jour le document au regard des différentes évolutions législatives et réglementaires intervenues depuis 2011 (année d'approbation de votre RLP),
- d'adapter le règlement au contexte local et aux besoins exprimés par vos commerçants et professionnels de l'affichage,
- de participer à la redynamisation du centre-ville et à l'amélioration du cadre de vie de vos administrés en lien avec l'approbation récente de votre Plan Local d'Urbanisme (16 décembre 2020),
- d'adapter le RLP aux nouveaux enjeux liés au dérèglement climatique et à la nécessaire prise en compte des objectifs de sobriété énergétique.

L'application d'une réglementation cohérente des dispositifs publicitaires est importante pour améliorer le cadre de vie et permettre un développement économique harmonieux sur votre commune. Le principal enjeu est d'assurer un affichage et des aménagements réduisant l'impact paysager et toute forme de pollution visuelle, tout en garantissant une réponse au besoin de visibilité des entreprises, artisans et commerces implantés sur notre territoire.

Pour ce faire, trois objectifs sont affichés :

Objectif 1 : améliorer le cadre de vie des habitants pour une ville apaisée et agréable à vivre grâce à la maîtrise de l'affichage extérieur.

Objectif 2 : participer à la redynamisation de l'activité commerciale notamment en centre-ville.

Objectif 3 : mettre en valeur le patrimoine architectural de Lens.

Afin de parvenir aux objectifs fixés, votre démarche a alors abouti, de manière très cohérente, à distinguer quatre grands secteurs pour tenir compte des spécificités locales :

- Zone de Publicité n°1 (ZP1) – Axes routiers à enjeux (axes de grande circulation où ont été localisés dans leur majorité les dispositifs de publicité et de pré-enseigne),
- Zone de Publicité n°2 (ZP2) – Stade Bollaert-Delelis,
- Zone de publicité n°3 (ZP3) – Zones d'activités,

Au sein de ces trois zones, les dispositifs publicitaires et de pré-enseignes peuvent être implantés sous conditions particulières.

- Zone de Publicité n°4 (ZP4) – Autre zone agglomérée (zone comprenant le reste du territoire de la commune de Lens où sont interdits toute publicité et pré-enseigne (hors publicité sur mobilier urbain) sauf cas spécifiques).

Cette stratégie permet d'adapter la réglementation aux différentes composantes territoriales de votre commune, à savoir : ville centre avec un rôle de polarité commerciale, de développement urbain, touristique, économique et sportif.

A travers ce projet de RLP, je tenais à saluer votre volonté de répondre aux besoins des acteurs économiques, touristiques et sportifs à la fois en centre-ville et en zones d'activités. Je tenais également à saluer le travail partenarial et pédagogique d'appropriation de ce document avec les commerçants, les entreprises de notre territoire et les professionnels de l'affichage, de manière à les accompagner et les aider à s'adapter à cette nouvelle réglementation dans les meilleures conditions.

Aussi, le dossier, en l'état où il a été transmis, n'appelle aucune remarque particulière. Un avis favorable est donc émis.

Je vous saurais gré de faire parvenir à mes services le dossier relatif à cette procédure, quand celle-ci aura été approuvée et rendue exécutoire.

Vous souhaitant bonne réception de la présente,

Veillez agréer, **Monsieur Maire, Cher Collègue**, mes salutations distinguées.

Signé électroniquement par : Alain ROGER
Date de signature : 01/02/2024
Qualité : Vice-Président ERBM, aménagement, urbanisme et renouvellement urbain de la Communauté d'Agglomération de Lens Liévin



Mairie
ELEU-DIT-LEAUWETTE



Liberté Egalité Fraternité

Affaire suivie par : I.HEROGUET
Tél : 03.20.13.44.11
Mail : administration@ville-eleuditleauwette.fr

Eleu-dit-Leauwette le 28/02/24

M le Maire

Monsieur Bernard PRU NEAU
Maire

à
Monsieur Sylvain ROBERT
Maire de LENS
17bis Place Jean Jaurès
62300 LENS

OTD →
CISFC
116 →
10

VILLE DE LENS
01 MARS 2024
ARRIVEE COURRIER

CABINET DU MAIRE
- 1 MARS 2024
ARRIVEE COURRIER

Monsieur le maire,

Par courrier en date du 15 décembre 2023, réceptionné en mairie le 20 du même mois, vous souhaitez recueillir mon avis sur la révision générale du Règlement Local de Publicité établi dans votre commune.

Après lecture de ce document, je vous informe que je n'ai pas d'observation à formuler sur ce projet.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Maire, l'assurance de ma considération distinguée.

Le Maire
Bernard PRU NEAU

DE-24-00381



**PRÉFET
DU PAS-DE-CALAIS**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Bureau des installations classées, de l'utilité publique et de l'environnement
Section utilité publique
Affaire suivie par : Arnaud CLEMENT
Tél. : 03 21 21 21 45
arnaud.clement@pas-de-calais.gouv.fr

**Direction de la Coordination
des Politiques Publiques et
de l'Appui Territorial**

Arras, le 13 mars 2024

Le préfet du Pas-de-Calais

à

Monsieur le Maire

62300 LENS

OBJET : Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites du Pas-de-Calais
Projet de règlement local de publicité de la commune de LENS.

Votre projet de Règlement Local de Publicité a fait l'objet d'un rapport élaboré par le service instructeur de la DDTM du Pas-de-Calais. Ce rapport a été présenté le 12 mars 2024 à la formation spécialisée « de la Publicité » de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites du Pas-de-Calais.

Je vous informe que les membres de cette commission ont émis, un avis favorable sur ce projet, au titre de la préservation des sites et des paysages, du cadre de vie et de la gestion équilibrée de l'espace, conformément à la proposition formulée par le service instructeur.

J'attire, cependant, votre attention sur les recommandations énumérées dans le rapport précité, dont vous avez été rendu destinataire, destinées à rendre votre document plus opérant dans l'atteinte de ses objectifs.

Je vous précise que cet avis est émis à titre consultatif. Il est parallèlement transmis au service instructeur dans le cadre de la poursuite de la procédure engagée.

Pour le préfet,
le Secrétaire Général


Christophe MARX

Copie à : Monsieur le DDTM / SDE
Copie à : Monsieur le sous-préfet de Lens





**PRÉFET
DU PAS-DE-CALAIS**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

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

Service De l'Environnement
Unité Développement Durable des Territoires
Affaire suivie par : Martine BECQUELIN / Alexis Drapier

Arras, le 20/02/2024

**Commission départementale de la nature,
des paysages et des sites du Pas-de-Calais**

.....

Projet de Règlement Local de Publicité

Commune de LENS

**Code de l'Environnement
Prévention des pollutions, des risques et des nuisances**

Cadre de vie

Historique et contexte réglementaire

Par délibération en date du 26 mai 2021, le Conseil municipal de la commune de LENS a prescrit la révision générale de son Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé en 2011.

Le RLP est un instrument de planification locale de la publicité pour des motifs de protection du cadre de vie. Son adoption répond à la volonté d'adapter le règlement national aux spécificités du territoire en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier. Il s'agit d'apporter une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager ou naturel qu'il convient de protéger même lorsque le territoire ne présente pas de caractère remarquable.

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

Pour les communes couvertes par un RLP ou pas, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire au nom de la commune à compter du 1^{er} janvier 2024. Le Préfet n'ayant plus de compétence en la matière.

Par délibération en date du 6 décembre 2023, le Conseil Municipal de la commune de LENS a arrêté son projet de révision de RLP. Par courrier du 15 décembre 2023, reçu le 18 décembre 2023, la commune de LENS a sollicité l'avis de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) au titre de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, avant approbation du document. Cet avis est consultatif.

Un RLP permet :

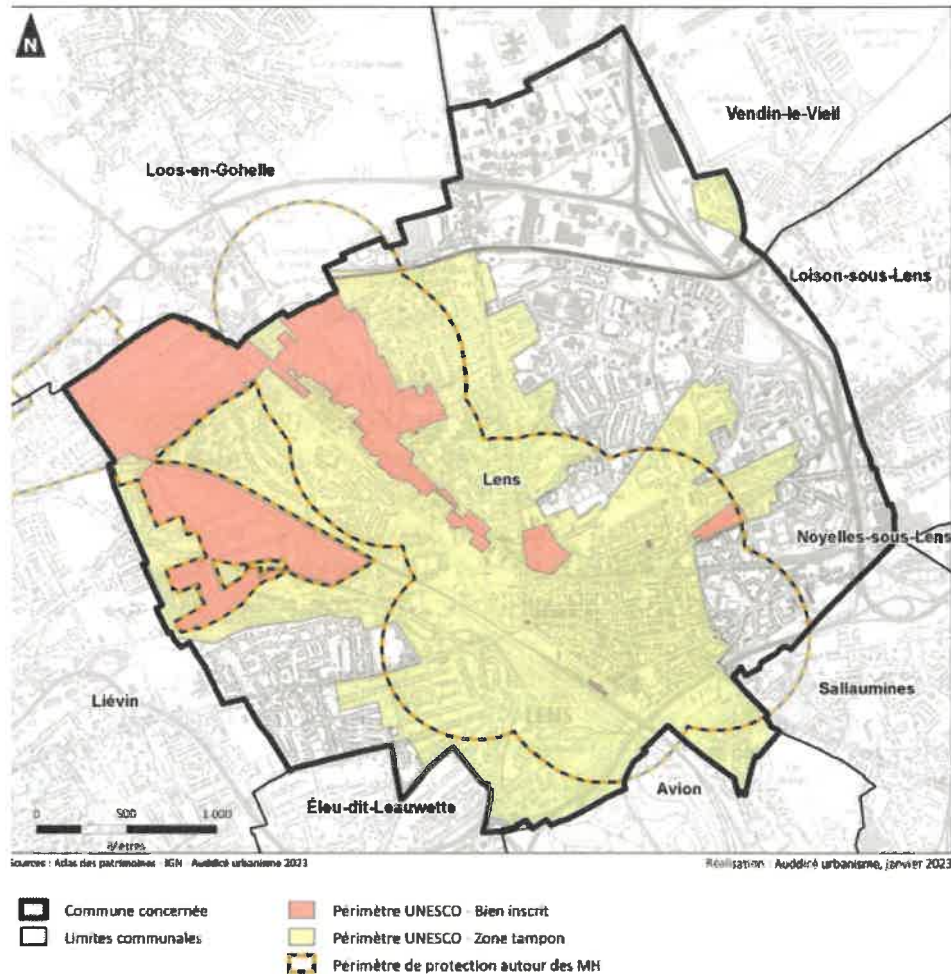
- une adaptation de la réglementation au contexte local pour concilier protection du cadre de vie et développement économique ;
- un meilleur suivi des implantations d'enseignes : l'ensemble des enseignes sont soumises à autorisation préalable ;
- une réintroduction de la publicité dans les lieux où elle est interdite et dont la liste figure à l'article L.581-8 du code de l'environnement ;
- une réduction des formats jugés trop attentatoires au cadre de vie ;
- une interdiction de certains dispositifs ;
- une règle de densité spécifique, plus restrictive que la règle nationale ;
- des prescriptions esthétiques (usages de spots, lettres découpées...) ;
- un encadrement des publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (horaires d'extinction, surface, consommation énergétique...).

Le RLP doit obligatoirement se composer de 3 documents (article 581-72 à 581-74 du CE) :

- le rapport de présentation : il 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 ;
- la partie réglementaire : dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- les documents graphiques : font apparaître l'ensemble du territoire de la commune 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.

Contexte communal

La commune de LENS avec ses 32 458 habitants (selon INSEE 2020) est densément peuplée. Elle est le siège de la communauté d'agglomération de Lens-Liévin qui regroupe 36 communes et compte 250 000 habitants (INSEE 2020). Elle appartient à l'unité urbaine de Douai-Lens, une agglomération inter-départementale regroupant 67 communes et 505 589 habitants en 2020.



La ville de Lens connue pour avoir été l'un des principaux centres urbains du bassin minier du Nord Pas-de-calais avec la Compagnie des Mines de Lens, marque encore aujourd'hui économiquement, socialement, paysagèrement et culturellement l'agglomération, pour son équipe de football, le Racing Club de Lens (RCL), et pour le musée du Louvres Lens ouvert en décembre 2012.

L'agglomération Lensoise dispose d'un réseau routier lui permettant d'être reliée aux principales villes alentours, notamment grâce au réseau autoroutier de l'A21 qui permet de rejoindre l'A1 Lille-Paris et l'A26 Calais-Saint-Quentin et l'A211 qui contourne le sud Est de Lens.

La commune bénéficie également d'un réseau de transports en commun :

- 6 liaisons directes Paris Lens en TGV par jours et 8 autres avec une correspondance ;
- 3 lignes TER Arras-Calais – Lens-Lille et Douai-Lens ;
- un réseau de bus Tadao qui dessert les secteurs de l'Artois et de la Gohelle.

L'actuel RLP approuvé en 2011 comporte des dispositions qui ne sont plus conformes aux nouvelles dispositions législatives et réglementaires. De plus, il ne répond plus aux enjeux de

protection du cadre de vie et aux récentes évolutions du territoire notamment au regard de l'inscription du Bassin Minier du Nord Pas-de-Calais à l'UNESCO. La révision de son Plan Local d'Urbanisme en 2020 est une conséquence supplémentaire à revoir son RLP.

La commune de Lens compte 12 immeubles inscrits au titre des monuments historiques :

- La cité 11 école Pasteur et dispensaire
- La cité 12 groupe scolaire Jean Macé
- Eglise Saint-Edouard et son Presbytère
- Monument en hommage à Emile Basly
- Logements des sœurs de la cité n°12
- La cité 11 presbytère et salle Saint-Pierre
- Monument aux morts de la Compagnie des Mines de Lens
- Eglise du Millénium
- Maison syndicale des Mineurs et ancienne salle de cinéma « Le Cantin »
- Anciens grands bureaux de la Compagnies des Mines de Lens
- Gare SNCF
- Monument aux Morts de la première Guerre Mondiale

En plus de ces éléments inscrits, la commune a la volonté de protéger :

- les secteurs reconnus depuis 2012 au Patrimoine Mondial de l'Unesco ;
- son patrimoine naturel avec la trame verte et bleue qui intègre le site du Louvre-Lens et le parc des Glissoires pôle de loisirs en pleine nature ;
- son patrimoine vernaculaire que l'on appelle également « petit patrimoine » lié à une architecture traditionnelle, rurale édifée avec des matériaux locaux et des savoirs faire ancestraux propre à la région (les cités minières, les fronts bâtis du centre ville ...).

L'activité économique de la ville est en constante évolution.



Publicités, pré-enseignes et enseignes : diagnostic de l'impact sur le territoire communal

La commune a fait réaliser en novembre 2023 un diagnostic le plus exhaustif possible des dispositifs publicitaires (publicités, préenseignes et mobiliers urbains) présents sur son territoire. Soit 328 dispositifs de publicité sont répartis sur le territoire dont une majorité de publicités (y compris affichage municipal et préenseigne) installées aux abords des axes structurants, inversement aux mobiliers urbains principalement localisés en centre ville.

Le rapport de présentation établi dans le cadre de la révision du règlement local de publicité démontre un nombre important d'irrégularités de l'affichage publicitaire malgré la mise en place d'un RLP depuis 2011 : 120 publicités recensées principalement sur les axes structurants et entrées de villes. A noter que la majorité d'entre eux sont des dispositifs scellés au sol plutôt de grand format (supérieur à 8m²).

Par ailleurs, l'implantation de ces dispositifs est bien souvent non conforme à l'une des deux réglementations du code de l'environnement (RLP ou RNP), notamment due à une insertion massive le long des axes structurants (route de La Bassée et Route d'Arras) :

- 44 préenseignes pour la plupart scellées au sol et de dimensions supérieure à 8 m² qui ajoutées aux publicités entraînent une dégradation visuelle du paysage et de ses environs ;
- 127 mobiliers urbains , tous scellés au sol dont 4 en format numérique. La majorité d'entre eux se situe en centre ville, leur surface publicitaire est plutôt comprise entre 2 et 4 m². Ils sont plus communément appelés sucettes.

A noté que les dispositifs numériques, plus impactant visuellement, se situent au niveau des différentes entrées de ville.

Objectifs et orientations de la commune

5 secteurs à enjeux ressortent du diagnostic

Les axes structurants et entrée de ville

Centre Ville

Zone d'activités économiques

Stade Bollaert-Delelis

Autres zones agglomérées

Les objectifs prescrits sont :

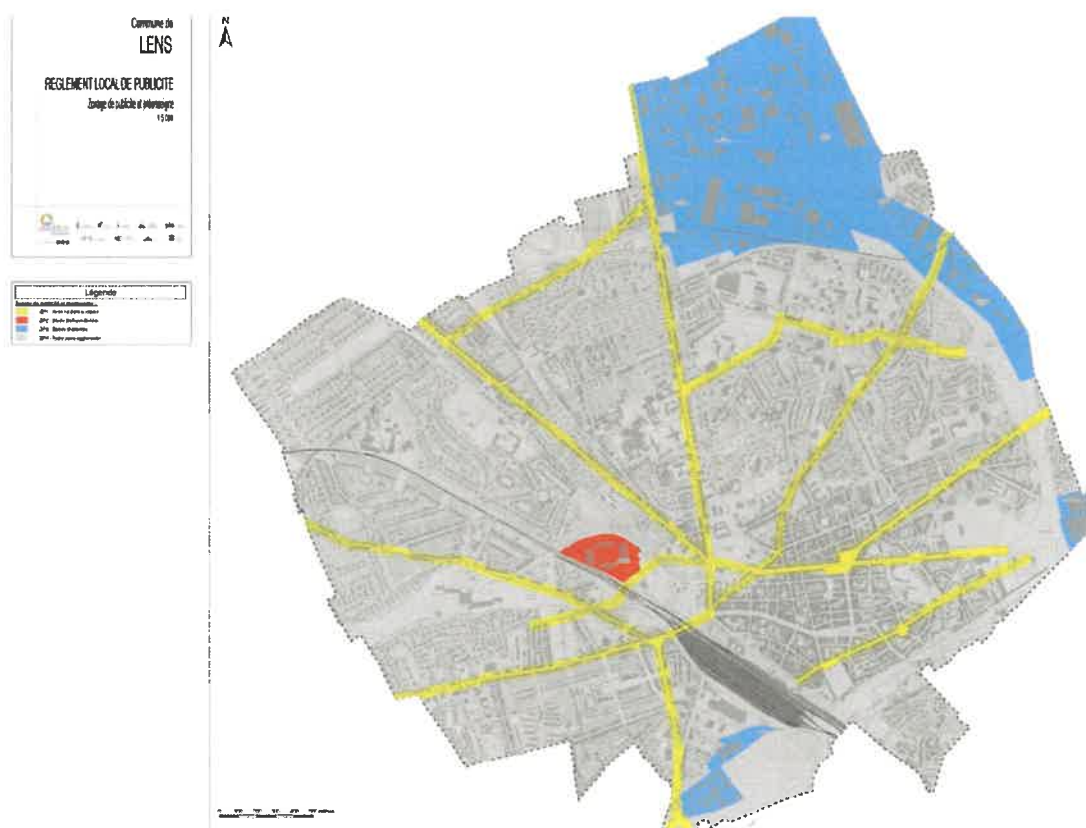
1. adapter le nouveau règlement local au contexte local en définissant des prescriptions spécifiques à la commune en matière de densité, d'aspects et de formats
2. protéger l'environnement
3. valoriser les entrées de la ville
4. prendre en considération le rôle des axes structurants de la ville dans la préservation de ses paysages, de son patrimoine et de son cadre de vie
5. améliorer la qualité visuelle des zones industrielles et commerciales
6. mieux adapter la publicité autour du Stade Bollaert-Delelis situé au coeur de la ville
7. améliorer le visuel et préservé le cadre de vie des cités minières inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO;

Quatre orientations principales ont été retenues pour la commune de LENS :

1. réduire la pollution visuelle en entrée de ville et sur les axes structurants

2. harmoniser les dispositifs publicitaires (enseignes, publicités, préenseignes, et supprimer ceux devenus obsolètes afin de redonner de l'attractivité et une nouvelle dynamique commerciale du centre ville. Sans oublier de préserver le patrimoine architectural riche et varié de la ville, de l'impact publicitaire.
3. améliorer la visibilité et la lisibilité de l'affichage publicitaire, dans les zones d'activités économiques en mutualisant principalement les préenseignes. Voir à étendre la taxe locale de publicité aux enseignes.
4. plus de sobriété énergétique de l'affichage lumineux extérieur ou installé en intérieur des commerces (écrans numériques).

Le RLP de LENS définit 4 zones, pour la publicité et les enseignes



- ZP1 : couvre les axes routiers à enjeux situés aux abords de monuments classés, les entrées de ville
- ZP2 : couvre le secteur du stade Bollaert-Delelis
- ZP3 : couvre la zone industrielle Artois Flandres
- ZP4 : couvre les zones d'activités commerciales, artisanales situées en secteur patrimonial

Déclinaison des objectifs dans le règlement de RLP

Publicités et préenseignes		
Constats territoriaux	Rappel du Règlement National	Réponse apportée par le RLP
Densité	Quelque soit la longueur de l'unité foncière, une implantation publicitaire est possible	Aucun dispositif publicitaire sur les unités foncières de moins de 60 mètres linéaires sauf pour la zone du stade
Publicités ou préenseigne scellées au sol en nombre important dans le secteur d'activité (ZP3)	Surface unitaire maximale 10,50 m ² , hauteur maximale au-dessus du niveau du sol : 6 mètres	Ce type de publicité est uniquement interdit en ZP4 (unesco) Dispositif Mono pied d'une surface de 10,50 m ² et d'une hauteur de 6 m pour les autres zones
Publicités ou préenseignes murales un peu moins nombreuses plutôt situées sur les axes structurants (ZP1)	Uniquement sur mur aveugle surface unitaire 10,50 m ² , 7,50 mètres maximum au-dessus du niveau du sol	Ce type de publicité est uniquement interdit en ZP4 (unesco) Surface unitaire 10,50 m ² , 6 mètres maximum au-dessus du niveau du sol et placées à 25 cm de l'arête du mur ZP1 et ZP3
Besoin d'harmoniser les préenseignes « type chevalet » installées au sol	Pas de déclaration pour les préenseignes qui n'excèdent pas 1 m de haut sur 1,50 mètre de large	Surface 1m ² et une hauteur maximale d'1,20m double face possible
Une forte présence des publicités sur le mobilier urbain en centre ville dont 4 numériques en entrée de ville	Le mobilier urbain destiné à recevoir de l'information générale, local ou culturelle ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. 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.	En ZP1, 3, 4, la surface unitaire du mobilier urbain ne pourra excéder 8 m² Le mobilier dans la zone du stade sera soumis au RNP Pas de notion de densité
Les bâches	Bâches de chantier	Bâches de chantier autorisées

	Bâches publicitaires sur mur aveugle Bâches liée à des manifestations temporaires	Bâches publicitaires uniquement dans la zone du Stade Interdiction de publicité numérique sur bâche
Extinction des dispositifs lumineux	Entre 1h et 6 heures en intérieur comme en extérieur Sauf publicité éclairée par rétroprojection ou transparence	Extinction entre 23h et 6h en extérieur Réduire ainsi la pollution lumineuse

Enseignes		
Constats territoriaux	Rappel du Règlement National	Réponse apportée par le RLP
Densité	Soit un cumul d'enseigne de 15 % sur les façades commerciales de plus de 50 m ² , et porté à 25 % pour les autres	Pas de règle plus restrictive
Enseigne	Dépose de l'enseigne dans les trois mois de la cessation d'activité	Supprimer toutes les enseignes sur les façades où l'activité a cessé pour gagner en visibilité et attractivité
Le précédent RLP n'était pourvu que d'un seul zonage ce qui impliquait une même réglementation sur quartiers de la ville à des enjeux très différents.	Le RNP s'applique sur l'ensemble du territoire sauf en périmètre classé et sur les territoires pourvus d'un RLP ou RLPi	Création de 4 zones Linéaire commercial à enjeux (centre ville) (ZE1:) Autres zones agglomérées (ZE4) Enjeux Patrimoniaux et une Labellisation UNESCO - Harmoniser les dispositifs et réduire leur impact visuel sur architecture en périmètre classé et reconnu UNESCO - 1 seule enseigne perpendiculaire ou 2 pour les buralistes uniquement - Pas d'enseigne scellée au sol sauf pour les commerces pénalisés par un manque de visibilité par rapport à la voie publique - Pas enseigne sur clôture
		Stade Bollaert-Delelis - Application du RNP - Pas de règle concernant les enseignes sur clôture

		<p>Zone d'activités économiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moins d'exigence au niveau de la confection de l'enseigne car peu d'intérêt patrimonial - Une autorisation limitée d'une enseigne sur clôture tous les 60 mètres)
Enseignes lumineuses	Extinction entre 1h et 6 heures du matin en intérieur comme en extérieur	<p>Limitation des dispositifs lumineux en vitrine à un par établissement d'une surface d'1 m²</p> <p>Extinction de l'ensemble des enseignes entre 23h et 6h du matin y compris les jours sans activité (non concerné les établissements ayant une activité nocturne, stade compris)</p> <p>Limitation à 2m² pour les enseignes numériques en vitrine.</p> <p>Extinction 30 mm après la fermeture et éclairage 30 mm avant l'ouverture</p>

Analyse du document et observations

Dans le cadre de la révision de son Règlement Local de Publicité, la commune de Lens souhaite améliorer l'environnement et le paysage de ses occupants en luttant contre les nuisances visuelles et la pollution lumineuse, son RLP actuel présentant des règles qui ne sont plus en adéquation avec les nouvelles dispositions réglementaires nationales.

L'analyse du territoire porte essentiellement sur les dispositifs publicitaires de type préenseigne, publicité, mobilier urbain et affichage municipal, aucun diagnostic n'est fourni pour les enseignes. Fort est de constater qu'un grand nombre de dispositifs publicitaires sont illégaux malgré la mise en place d'un RLP en 2011.

Le règlement propose un encadrement des publicités, enseignes et préenseignes concis, mais clair, et laissant peu de place à l'interprétation.

Au travers de cette nouvelle réglementation, la commune souhaite revaloriser son patrimoine historique minier inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, rendre plus attractif le centre-ville en apportant une réglementation publicitaire plus appropriée que ce soit au niveau des publicités ou des enseignes. Cependant, la sectorisation de la commune en 4 zones occulte des séquences urbaines présentant des enjeux patrimoniaux et urbains majeurs :

- le maintien d'une réglementation nationale sur les formats publicitaires au sein des axes structurants qui pénètrent dans les zones UNESCO ou MH où qui constituent des entrées de ville en ZP1 et au sein de la zone ZP2 est un frein à l'atteinte de cet objectif. En effet, ces dispositifs se retrouvent déjà essentiellement sur ces axes de passage et non en ZP4 ;
- il n'est pas malheureusement pas prévu de limiter le nombre important de publicités sur mobiliers urbains en proximité de monuments classés et aux entrées de ville.

Quelques recommandations pour rendre le document plus opérant dans l'atteinte des objectifs :

- rappeler que la réglementation locale de publicité ne prévaut pas sur l'avis des ABF en secteurs protégés ;
- le diagnostic fait état d'un nombre important de mobiliers urbains supportant de la publicité sur son territoire. Ces dispositifs ayant un impact conséquent, la commune devrait s'engager à en limiter le nombre et non simplement la taille (8m²) afin de préserver une certaine équité entre les prestataires ;
- la commune aurait pu proposer une zone supplémentaire caractérisée par un format et des densités plus en adéquation avec les enjeux de préservation des secteurs patrimoniaux et d'image de la ville (stade Bollaert-Delelis, entrées de villes, périmètres MH) qui sont notamment traversés par les grands axes en ZP1 ;
- les dispositifs de types chevalets mériteraient d'être limités par le RLP, au vu notamment de la largeur du trottoir, la visibilité de la façade par rapport à la voie publique car ils peuvent représenter un risque pour la sécurité publique.

En conclusion, je propose à la commission d'émettre un avis favorable avec les recommandations précitées sur le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de LENS.

L'instructeur



Martine BECQUELIN

Le chef de l'unité DDT



Alexis DRAPIER

Monsieur le Maire
En son Hôtel de Ville
17 bis, place Jean-Jaurès
62300 Lens

Paris, le 15 mars 2024

*Objet : révision du règlement local de publicité
Concertation – avis PPA*

Monsieur le Maire,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec un grand intérêt du projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville de Lens soumis à la consultation des personnes publiques associées (PPA).

Afin de mieux concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux, nous vous présentons nos demandes d'aménagements réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre. Cette obligation de conciliation est imposée en effet par le code de l'environnement.

Vous trouverez, à cet effet, formulées ci-dessous, nos observations.

1. Dispositions générales

- Matériaux et entretien des dispositifs

La section 4 du projet de règlement énonce que :

« Les dispositifs de publicités, préenseignes et enseignes doivent s'inscrire dans leur environnement bâti et naturel. »

Ces dispositions sont de nature à créer une véritable insécurité juridique tant pour les opérateurs économiques que pour les services chargés de la police administrative dans la mesure où les termes employés sont particulièrement flous et ne sont pas définis par le projet de règlement.

De fait, ces dispositions peuvent apparaître comme contraires à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme appliqué par les juridictions administratives aux RLP (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N°17PA23182).

Cette obligation est beaucoup trop générale et peut entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, cette obligation implique une appréciation subjective et ne repose pas sur des éléments précis et tangibles.

C'est pourquoi, il conviendra de supprimer ces dispositions.

- **Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de préenseigne et d'enseigne**

La section 6 du projet de règlement énonce que :

« La commune de Lens étant dotée d'un Règlement Local de Publicité, le maire de la commune est l'autorité compétente pour connaître de la réglementation relative à la publicité extérieure ainsi qu'à celle des enseignes. »

Il est à noter que depuis la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets et à défaut d'être transférées au président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par principe par le maire au nom de la commune et ce, peu importe l'existence ou non d'un RLP (nouvel article L.581-3-1 du Code de l'environnement).

Par ailleurs, la section 6 contient les dispositions suivantes :

« A noter, qu'en complément de cette déclaration ou autorisation, dans le cadre de travaux ayant pour objet de modifier l'aspect extérieur de la construction, il convient de déposer une demande de déclaration préalable de travaux ou de permis de construire conformément aux dispositions du code de l'urbanisme. »

Le code de l'environnement soumet les publicités et préenseignes à déclaration préalable ou à autorisation préalable suivant le type de dispositifs envisagés. Ces dispositifs ne sont pas soumis aux déclarations ou autorisations de travaux prévues par le code de l'urbanisme. En effet, en application de l'article R*425-29 du code de l'urbanisme, *« L'installation de dispositifs de publicité, enseignes ou pré-enseignes, régie par les dispositions du chapitre Ier du titre VIII du livre V du code de l'environnement, est dispensée de déclaration préalable ou de permis de construire. »*

Il conviendra donc de supprimer cette mention au futur RLP.

- **Lexique**

▪ **Mur aveugle**

Le lexique définit le mur aveugle de la manière suivante :

« un mur aveugle est un mur qui ne contient aucune ouverture (c'est-à-dire qui ne comporte notamment ni porte, ni fenêtre). »

L'article R581-22 du code de l'environnement interdit la publicité *« 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 mètre carré »*.

Il convient d'appliquer, en la matière, les dispositions du règlement national de publicité (RNP) et de préciser au projet de règlement que les publicités murales peuvent être implantées sur les murs aveugles ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètres carré.

▪ **RLP**

Le lexique définit le RLP comme suit :

« le Règlement Local de Publicité est un règlement qui a pour but de fixer des règles relatives aux publicités, enseignes et préenseignes à l'échelle d'une commune ou d'un

regroupement de commune. Il est à noter que les règles contenues dans un RLP sont nécessairement plus strictes que celles figurant dans le RNP (Voir définition du RNP ci-après). »

Le code de l'environnement permet aux RLP de réintroduire la publicité dans les secteurs d'interdictions relatives de publicité. En effet, l'article L581-8 I du code de l'environnement dispose que : *« Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »*

Par ailleurs, le RLP peut également simplement renvoyer aux dispositions du règlement national de publicité (RNP) sans nécessairement les durcir.

2. Dispositions particulières

- Interdictions générales

L'article 1 « *Interdictions* » du projet de règlement énonce que :

« Dans la commune de Lens, seuls les dispositifs de publicité et de préenseigne spécifiquement énumérés au titre III et soumis à conditions générales et particulières pour leur installation peuvent être autorisés. En conséquence, tout dispositif non soumis à conditions générales et/ou particulières pour son installation est formellement interdit sur le territoire communal. »

Il convient de noter que dans le silence du RLP, le règlement national de publicité (RNP) s'applique, la liberté étant le principe, l'interdiction l'exception. Cette disposition doit nécessairement être supprimée.

- Interdiction des passerelles de sécurité

L'article 4 « *Dispositions relatives aux dispositifs scellés au sol* » du projet de règlement interdit l'usage de passerelles de sécurité.

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, *« L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs. »*

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants du Code du travail détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Dans ces conditions, afin de tenir compte des obligations légales et réglementaires en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante :

« Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

- Interdiction des bâches publicitaires

Le projet de règlement vise à interdire les bâches publicitaires dans l'ensemble du territoire de la ville.

Or, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation préalable du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités. Ainsi, il convient de ne pas interdire par principe ces outils de communication puisque ces dispositifs sont soumis à autorisation préalable.

Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des événements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés.

Dans ces conditions, nous préconisons donc de permettre l'implantation des bâches publicitaires selon le régime établi par le règlement national de publicité (RNP) et de ne pas poser d'interdictions *a priori*. En effet, les collectivités territoriales maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.

- **Interdiction de la publicité numérique sur domaine privé**

Le projet de règlement vise à interdire de manière générale et absolue la publicité numérique sur domaine privé dans l'ensemble du territoire de la ville.

Selon une étude réalisée¹ par le cabinet KPMG, en mars 2023, « *Analyse comparative de la performance énergétique, économique et sociétale de la publicité extérieure* », la publicité extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) ne représente qu'une proportion infinitésimale de la consommation énergétique de la France :

- ✓ 0,028% de la consommation énergétique totale du pays ;
- ✓ 0,4% de la consommation énergétique globale du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (Internet, télévision, téléphones, ordinateurs...);
- ✓ 2,7% de la consommation énergétique publicitaire du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

De plus, la publicité numérique est soumise à autorisation préalable au cas par cas (articles L.581-9 et R.581-15 du Code de l'environnement) et a un régime juridique strict encadré par le code de l'environnement

Il convient donc de ne pas interdire par principe à un média de proposer des outils de communication adaptés aux besoins des annonceurs. Le numérique est également un moyen de communication dynamique qui peut apporter aux usagers et aux collectivités locales de nombreux services (alerte enlèvement, messages d'intérêt général, message sanitaire...).

Par ailleurs, une telle interdiction peut se heurter à la jurisprudence administrative qui censure des RLP qui ne concilient pas liberté d'affichage et protection du cadre de vie.

En effet, la Cour administrative d'appel de Douai a jugé (CAA Douai, 5 novembre 2019, N°18DA00126) que « *Par suite, et sans qu'il soit besoin d'examiner les autres moyens tirés, par voie d'exception, de l'illégalité du règlement local de publicité, la société Oxial est fondée à soutenir que l'interdiction instituée par ce règlement est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation, et à soutenir, en conséquence, que le motif des décisions en litige, tiré de l'application de cette interdiction de toute publicité numérique en secteur B', est illégal* ».

¹ https://www.upe.fr/fichiers/20230209_KPMG_GSG_Note_Publicite_Exterieur_vFFF.pdf

C'est pourquoi, il conviendra que la publicité numérique soit autorisée par le RLP, selon les conditions du règlement national de publicité (RNP).

- **Dispositifs lumineux en vitrine**

L'article 11 « *Dispositions relatives aux dispositifs lumineux* » énonce que :

« De plus, les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.

Ces derniers sont limités à un dispositif par commerce et par voie ouverte à la circulation et ne peuvent avoir une surface supérieure à 1m². »

L'article L581-14-4 du code de l'environnement, issu 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, dispose que :

« Par dérogation à l'article L. 581-2, 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.

La section 6 du présent chapitre est applicable en cas de non-respect des prescriptions posées par le règlement local de publicité en application du présent article. »

Toutefois, les RLP ne doivent pas fragiliser davantage l'activité commerciale des commerçants de centres-villes. Dès lors, l'article L581-14-4 précité implique que les RLP puissent établir, le cas échéant, des prescriptions **mesurées et adaptées** à l'univers particulier que représentent les vitrines des commerces.

Cet univers spécifique est en effet composé de dispositifs lumineux dont les formats sont diversifiés. Une réglementation trop contraignante ne fera qu'accroître, pour les commerçants, le sentiment de contraintes administratives alors que les crises sanitaire comme économique ont considérablement impacté l'activité des commerces, notamment pendant les périodes de confinement².

Or, impacter les commerces des centres-villes entraînera un report de consommation vers les plateformes numériques.

Pour toutes ces raisons et afin de préserver la possibilité pour les commerçants d'exploiter leur vitrine commerciale, il conviendra de fixer une surface cumulée maximale à 2 m² du / des dispositif(s) lumineux situé(s) derrière une vitrine ou une baie. Cette proposition permet en effet d'appréhender ces univers diversifiés.

- **Horaires d'extinction nocturne**

L'article 11 précité impose que : « *les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial*

² Selon l'INSEE, « *En mars 2020, le volume des ventes de l'ensemble du commerce chute (-18,4 % après -0,8 % en février).* », note publiée le 29 mai 2020.

doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce. »

Compte tenu des besoins en communication des annonceurs locaux et des événements pouvant être organisés en soirée, nous préconisons une extinction des dispositifs lumineux situés 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 entre 23h00 et 06h00, de la même manière que pour les publicités lumineuses sur domaine privé.

- **ZP1 – Axes routiers à enjeux**

Le projet de règlement prévoit, en ZP1, la règle de densité suivante :

« La pose d'un dispositif de publicité est interdite sur les unités foncières au linéaire inférieur à 60m. »

Un minimum de 60 mètres de linéaire pour l'installation d'un dispositif publicitaire n'est pas adapté à l'environnement urbain de cette zone de publicité, compte tenu du morcellement parcellaire constaté. Maintenir ce minimum linéaire revient à une interdiction déguisée de toute publicité.

Afin de prendre en compte la réalité « terrain » et urbaine, il conviendra de fixer à 20 mètres le linéaire minimum pour l'installation d'un dispositif publicitaire.

- **Enseignes temporaires**

L'article 10 « *Dispositions relatives aux enseignes temporaires avant ouverture d'un établissement* » du projet de règlement dispose que :

« Les enseignes temporaires indiquant l'ouverture d'un commerce peuvent être installées après accord du Maire et à condition qu'une demande d'autorisation préalable ait été déposée pour l'installation d'un dispositif pérenne. »

Les enseignes temporaires ne sont pas soumises à autorisation préalable ni à déclaration préalable. Selon l'article R581-17 du code de l'environnement, seules les enseignes temporaires sont soumises à autorisation lorsqu'elles sont installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L. 581-4 ou lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L. 581-8.

Aussi, il conviendra de modifier en ce sens l'article 10 précité.

Pour toutes les raisons détaillées ci-dessus, nous émettons un avis défavorable sur le projet de RLP de la ville de Lens, tel que transmis le 19 décembre 2023.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Maire, mes salutations distinguées.

Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE



Date :

Réunion SA → 26/3/24

Maire :

Vk

Directeur de Cabinet :

~~o/DE~~ 16
ep JFE (13.07)

Référent Cabinet :

DGS :

P. Le Maire

VILLE DE LENS
25 MARS 2024
ARRIVEE COURRIER

**PÔLE AMÉNAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT
TERRITORIAL**

Direction du développement, de l'aménagement et de
l'environnement

Hôtel du Département – Rue Ferdinand Buisson
62018 ARRAS Cedex 9

Dossier suivi par : Jodie DUBOIS
Gestionnaire de dossiers urbanisme
Service développement territorial
dubois.jodie@pasdecalsais.fr - 03 21 21 91 58

Monsieur Sylvain ROBERT
Maire de Lens
Président de la Communauté d'agglomération
Lens – Liévin
Hôtel de ville
17 bis place Jean Jaurès
62307 LENS Cedex

Vos réf : votre courrier du 15 décembre 2023
Nos réf : DDAE/SDT/U – AC/LCT/JD
Objet : Règlement Local de Publicité (RLP) – révision générale - arrêt de projet

Monsieur le Maire,

CABINET DU MAIRE
25 MARS 2024
ARRIVEE COURRIER

Par courrier susvisé, conformément à l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, vous avez adressé, pour avis, les documents concernant l'arrêt de projet de votre Règlement Local de Publicité (RLP) dans le cadre de sa révision générale.

L'occupation du domaine public routier départemental est soumise à autorisation selon les conditions prévues par le Règlement de Voirie interdépartemental 59/62 (RVi59/62) approuvé le 22 juin 2015.

Les dispositifs publicitaires sont tenus de respecter ces règles dès lors qu'ils ont fait l'objet d'une demande de permission de voirie pour l'occupation du domaine public. La demande est étudiée par le service gestionnaire de voirie départementale au regard des compétences relatives à la police de circulation et la conservation du domaine public routier départemental.

D'autre part, lors du contrôle de panneaux, le Département a constaté 4 panneaux qui peuvent gêner la visibilité :

- un grand panneau lumineux en entrée de ville sur la route départementale 58E1 entrée de Lens côté Liévin ;
- un grand panneau lumineux route départementale 917 entrée de Lens côté Loison-sous-Lens, à la sortie de l'autoroute de par sa forte luminosité ;
- un panneau de pré-enseigne Würth sur la route départementale 947 au niveau du parc d'activités de la Croisette, qui gêne la visibilité en sortie du parking en direction du rond-point ;
- un panneau publicitaire JC Decaux, sur la route départementale 947 avant le rond-point qui masque les panneaux de signalisation de la zone d'activités de la Croisette.

Après examen, je vous informe que ce projet n'appelle pas d'autre remarque de la part du Département.

Je vous prie de croire, Monsieur le Maire, en l'assurance de ma considération distinguée.

Arras, le 7 mars 2024
Pour le Président du Conseil départemental,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a long horizontal stroke followed by a stylized, cursive name.

Signé électroniquement par
Jean-Luc DEHUYSSER
DGA Directeur du pôle aménagement et développement
territorial



ville de **lens**

Sylvain ROBERT
Maire de Lens
Président de la Communauté
d'Agglomération de Lens-Liévin

DIRECTION OPERATIONNELLE DE L'IMMOBILIER
Pôle Immobilier
Affaire suivie par Arnaud BOUSIAC
☎ 03.21.69.86.22
abousiac@mairie-lens.fr

NOMENCLATURE 8 – 8

ARRETE N° *2024-671*.

**PRESCRIVANT L'OUVERTURE DE L'ENQUETE
PUBLIQUE PORTANT SUR LE PROJET DE
REVISION GENERALE DU REGLEMENT LOCAL DE
PUBLICITE PRESCRIT PAR DELIBERATION DU 26
MAI 2021**

Nous,

**Sylvain ROBERT, Maire de la commune de LENS,
Président de la Communauté d'Agglomération de LENS-LIEVIN,**

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales ;

Vu la délibération du 25 mai 2020 portant application des dispositions de l'article L.2122-22 du C.G.C.T,

Vu l'arrêté n°2022-2812 en date du 26 septembre 2022 portant délégation à des adjoints au maire,

Vu le code de l'environnement, et notamment les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants et les articles L.581-14 et suivants et R.581-72 et suivants,

Vu le code de l'urbanisme et notamment les articles L.153-36 et suivants et les articles R.153-8 à R.153-10,

Vu le Règlement Local de Publicité de la commune de Lens approuvé par délibération du conseil municipal en date du 23 juin 2011,

Vu la délibération du conseil municipal du 26 mai 2021 prescrivant la révision générale du Règlement Local de Publicité,

Vu la délibération du conseil municipal en date du 06 décembre 2023 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de révision de Règlement Local de Publicité de la commune de Lens,

Vu l'avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites qui s'est réunie en date du 12/03/2024,

Vu les différents avis recueillis sur le projet de Règlement Local de Publicité arrêté,

Vu la décision de Monsieur le Président du tribunal administratif de Lille en date du 03 janvier 2024 désignant Monsieur Roger VALET en qualité de commissaire enquêteur,

Vu les pièces du dossier soumis à l'enquête publique ;

ARRETE

ARTICLE 1 : Il sera procédé à une enquête publique portant sur le projet de révision générale du Règlement Local de Publicité prescrit par délibération du conseil municipal en date du 26 mai 2021 pour une durée de 18 jours consécutifs du **lundi 15 avril 2024 à 09 heures au vendredi 03 mai 2024 à 17 heures.**

ARTICLE 2 : Monsieur Roger VALET, directeur des ressources humaines à la retraite, a été désigné en qualité de commissaire enquêteur par Monsieur le Président du tribunal administratif de Lille.

ARTICLE 3 : Les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête à feuillets non mobiles, côté et paraphé par le commissaire enquêteur, seront mis à disposition du public dans les locaux de l'hôtel de ville de la mairie de Lens sis, 17bis Place Jean Jaurès, aux jours et heures habituels d'ouverture au public (du lundi au vendredi de 09h à 12h30 et de 13h30 à 18h).

Le dossier d'enquête publique pourra être consulté sur le site interne de la ville de Lens à l'adresse suivante : www.villedelens.fr.

Le registre d'enquête dématérialisé sera consultable et téléchargeable à l'adresse suivante : <https://participation.proxiterritoires.fr/revision-rlp-lens>.

Toute information concernant le projet arrêté de révision du Règlement Local de Publicité peut être demandée en contactant la personne suivante : Monsieur Arnaud BOUSIAC – Direction Opérationnelle de l'Immobilier – 03.21.69.86.22.

Le dossier d'enquête publique est communicable à toute personne sur sa demande et à ses frais, avant l'ouverture de l'enquête publique ou pendant celle-ci.

Un poste informatique situé en mairie aux jours et heures habituels d'ouverture au public sera mis à disposition de celui-ci pour qu'il puisse consulter le dossier d'enquête publique dématérialisé.

Pendant toute la durée de l'enquête, le public pourra prendre connaissance du dossier et consigner ses éventuelles observations sur le registre d'enquête papier à disposition à l'accueil de l'hôtel de ville ou les adresser par écrit à l'attention du commissaire enquêteur à l'adresse suivante : Mairie de Lens, à l'attention de Monsieur Roger VALET - Commissaire Enquêteur, 17bis Place Jean Jaurès, 62 307 Lens Cedex.

De plus, le public pourra également transmettre ses observations et propositions par courrier électronique envoyé aux adresses électroniques suivantes : revisionrlp@mairie-lens.fr / revision-rlp-lens@mail.proxiterritoires.fr.

En outre, il sera aussi possible pour le public de consigner ses observations dans le registre dématérialisé à l'adresse suivante : <https://participation.proxiterritoires.fr/revision-rlp-lens>.

Les observations reçues par voie électronique seront consultables à l'adresse suivante : <https://participation.proxiterritoires.fr/revision-rlp-lens>.

Enfin, les observations adressées au commissaire-enquêteur ainsi que celle reçues par voie électronique seront annexées dans les meilleurs délais au registre papier tenu à l'hôtel de ville.

ARTICLE 4 : Le commissaire enquêteur se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations dans les locaux de l'hôtel de ville, situé 17bis place Jean Jaurès à Lens, les jours et heures suivants :

- le lundi 15 avril 2024 de 09h à 12h ;
- le mercredi 24 avril 2024 de 14h à 17h ;
- le vendredi 03 mai 2024 de 14h à 17h.

ARTICLE 5 : A la date du 03 mai 2024 à 17 heures, expiration du délai de l'enquête prévu à l'article 1, le registre sera mis à disposition de Monsieur le commissaire enquêteur et clos par lui. Ce dernier disposera d'un délai d'un mois pour transmettre au maire le dossier avec son rapport et ses conclusions motivées.

ARTICLE 6 : Le rapport et les conclusions motivées de Monsieur le commissaire enquêteur seront tenus à la disposition du public à l'hôtel de ville aux jours et heures habituels d'ouverture et ce, pendant un an à compter de la date de clôture de l'enquête. Ils seront également publiés pendant un an sur le site de la ville à l'adresse suivante : www.villedelens.fr.

ARTICLE 7 : Un avis d'enquête publique portant l'ensemble des indications ci-dessus à la connaissance du public sera publié en caractères apparents, dans 2 journaux diffusés à l'échelle du département, 15 jours au moins avant le début de l'enquête publique et rappelé dans les 8 premiers jours au cours de l'enquête.

Cet avis sera également publié, dans les mêmes délais et durant toute la durée de celle-ci, par voie d'affichage notamment dans les locaux de l'hôtel de ville ainsi que sur le site internet de la ville et éventuellement, par tous autres procédés.

L'ensemble de ces mesures publicitaires sera justifié par un certificat du maire.

ARTICLE 8 : Au terme de l'enquête publique, le conseil municipal de la commune se prononcera par délibération sur l'approbation de la révision générale du Règlement Local de Publicité, éventuellement modifié pour tenir compte des avis des personnes publiques associées recueillis, des observations du public et des conclusions de Monsieur le commissaire enquêteur.

ARTICLE 9 : Le présent arrêté fera l'objet d'un affichage en mairie de Lens quinze jours au moins avant la date d'ouverture de l'enquête publique et pendant toute la durée de celle-ci.

Une copie du présent arrêté sera adressée à Monsieur le préfet du Pas-de-Calais, à Monsieur le commissaire enquêteur et à Monsieur le Président du tribunal administratif de Lille ; un exemplaire étant conservé en mairie.

ARTICLE 10 : Le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Lille, 5 rue Geoffroy Saint-Hilaire, 59 000 Lille, dans le délai de deux mois à compter de sa publication. Le tribunal administratif peut être saisi par l'application informatique "Télérecours citoyens" accessible par le site internet www.telerecours.fr. ».

Au préalable, le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours gracieux adressé à Monsieur le maire, dans le même délai de deux mois à compter de sa publication. L'exercice du recours gracieux interrompt le délai d'introduction du recours contentieux qui doit alors être introduit dans les deux mois suivant la réponse au recours gracieux. Au terme d'un délai de deux mois, le silence du maire gardé sur le recours gracieux vaut rejet implicite de ce dernier.

Fait à Lens, le 11/03/2024

Pour le Maire,
L'adjoint délégué à l'urbanisme règlementaire
et à la stratégie urbaine intégrée,
Jean-François CÉCAK



Hôtel de ville de Lens
A l'attention de Monsieur Roger VALET, commissaire enquêteur
17bis Place Jean Jaurès
62 307 Lens Cedex

Marcq en Baroeul, le 02/05/2024

Lettre recommandée avec accusé de réception et courriel anticipé à : revisionrlp@mairie-lens.fr et revision-rlp-lens@mail.proxiterritoires.fr

A l'attention de Monsieur Roger VALET, Commissaire enquêteur

Objet : Enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité de Lens

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de Lens en cours d'enquête publique. A ce titre, nous souhaitons vous faire part de quelques observations sur les règles relatives au mobilier urbain qui y sont inscrites.

En effet, traité de manière spécifique par les textes (sous-section dédiée à l'« *utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire* » au sein du Code de l'environnement), le **mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire »** (c'est-à-dire, un dispositif principalement, voire exclusivement, dédié à de la publicité commerciale).

Support de publicité qu'« à titre accessoire » (article R.581-42 du Code de l'environnement), le mobilier urbain a pour fonction principale de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers (*abris voyageurs et service public des transports – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, mobiliers d'informations et service public de l'information – Conseil d'Etat 10 juillet 1996 « Coisne », requête n°140606*).

Cette spécificité a d'ailleurs été rappelée par les juges qui considèrent que « *le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, [et] a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés* » (*en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° 19NC02575, plus récemment TA Orléans 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Rennes, 13 avril 2023, requête n°2003094*).

Le mobilier urbain ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens. Ce sont les recettes publicitaires du mobilier urbain qui permettent de financer le modèle (installation, entretien, maintenance des mobiliers urbains tout au long du contrat) et les services qui lui sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques...), le tout participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

En outre, il est important de rappeler que, contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** :

- par le **contrat public** qui en définit le nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation ;
- au titre des **autorisations d'occupation du domaine public** afférentes qui permettent à la collectivité de valider au cas par cas les implantations ;
- par le biais des **formulaires de déclarations et autorisations préalables de publicité** prévus par le Code de l'environnement (CERFA n° 14799*01 et n°14798*01) ;
- dans les périmètres protégés (notamment sites patrimoniaux remarquable et abords des monuments historiques) à l'appui des **déclarations préalables de travaux** prévues par le Code de l'urbanisme (CERFA n° 13404*10) qui sollicitent l'intervention de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, **toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante**. En effet, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine conserve à tout moment la possibilité de refuser une implantation sur son territoire, et ce même si le RLP l'autorise au départ.

Sur la forme, le projet de règlement écrit prend soin de traiter de la « *Publicité sur mobilier urbain* » comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires classiques (cf. définition spécifique au sein de l'article Section 3 « Définitions générales » et article 7 « *Dispositions relatives au mobilier urbain pouvant supporter de la publicité* »), ce que nous approuvons.

Dans cette optique et en vue de parfaire la bonne compréhension du futur règlement du RLP, nous préconisons :

- d'insérer la mention suivante au sein du paragraphe « *Section 3 : Définitions générales* » :

« La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le présent RLP ».
- d'amender le lexique du projet de RLP (Titre II) en modifiant la définition des « *dispositifs publicitaires* » et en amendant l'article 7 du règlement portant sur le mobilier urbain, comme suit :
 - « *Dispositif (publicitaire) : Dispositif publicitaire : un dispositif publicitaire renvoie à la fois à un dispositif de publicité et à un dispositif de préenseigne. Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode* ».

N.B. : la Section 2 du Titre III du RLP rappelle déjà le régime opposable aux dispositifs de préenseignes (« conformément aux dispositions du code de l'environnement, les publicités et préenseignes sont soumises au même régime. »).

- « *Conformément au code de l'environnement, le mobilier urbain supportant de la publicité est limitativement énuméré :*
 - *Les abris destinés au public ;*
 - *Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édités sur le domaine public ;*
 - *Les colonnes porte-affichages ;*
 - *Les mâts porte-affichages ;*
 - *Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaire.*

Le mobilier urbain ne supportant qu'à titre accessoire de la publicité, il n'est pas considéré au titre du présent RLP comme un dispositif (publicitaire). »

- de ne pas employer le vocable de « dispositif » vis-à-vis du mobilier urbain (exemple à l'article 7 titre III : « *Les dispositifs mobiliers urbains numériques sont autorisés.* »).

Sur le fond, nous craignons que certaines orientations limitent les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire, ce qui aurait pour conséquence immédiate de réduire le financement du mobilier urbain par la publicité et donc, de restreindre les services pouvant être offerts aux collectivités et ses usagers.

En effet, nous relevons au projet de RLP la mention selon laquelle « *l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité* » (article 7 du RLP). Or, ces dispositions générales, insérées en section 2 du projet, contiennent notamment des dispositions en matière de densité (article 2) et des contraintes d'implantation vis-à-vis des dispositifs (publicitaires) scellés au sol avec imposition du « *monopied* » et la limitation aux dispositifs de type « *double-face* » (article 4).

D'une part, il est à rappeler sur ce point que le mobilier urbain publicitaire n'est soumis à aucune règle de densité au titre du Code de l'environnement (non-opposabilité de l'article R.581-25). D'autre part, il n'est pas nécessaire que le futur RLP prévoit des contraintes d'implantation et/ou d'exploitation des publicités sur mobilier urbain alors que la collectivité en conserve l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix. Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire fait en effet l'objet d'une étude au cas par cas et d'un aval

préalable des services avant toute installation. Par ailleurs, dans les périmètres protégés (abords monuments historiques notamment), l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France est requis. Ainsi, la Ville, comme l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en périmètres protégés, peuvent **refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée**, même lorsque ce dernier est autorisé par le biais du RLP. Enfin, lorsqu'il supporte de la publicité lumineuse (mobilier urbain numérique), il est soumis à l'autorisation prévue à l'alinéa 3 de l'article L.581-9 du Code de l'environnement, laquelle tient nécessairement compte du « *cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement* » (article R.581-15 dudit Code).

Si l'opposabilité de ces contraintes était maintenue dans le texte approuvé, il est à noter qu'elles remettraient en cause l'ensemble des implantations de mobiliers urbains d'informations présents sur le territoire (**90 mobiliers urbains d'informations 2m² de type bi-pied**) ainsi que les colonnes culturelles qui ne répondent nécessairement pas à l'exigence du « double face » et à la limitation du format prévue de 8m² prévue à date vis-à-vis de tout type de mobilier urbain (dernier alinéa de l'article 7).

En conséquence, nous préconisons de **supprimer la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité »** et d'autoriser le mobilier urbain publicitaire en toutes zones du RLP, en le maintenant sous le régime prévu par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

En outre, nous préconisons de **maintenir la levée de l'interdiction relative de publicité prévue à l'égard du mobilier urbain en abords de monuments historiques** (article 12 du RLP).

Enfin, vis-à-vis du format de publicité autorisé, nous préconisons de faire préciser au règlement que cette mesure **ne concerne que les mobiliers urbains d'informations prévus à l'article R.581-47 du code de l'environnement**. En effet, pour les quatre autres types de mobiliers urbains, le code de l'environnement prévoit d'ores et déjà des contraintes de format à leur égard (articles R.581-43 à R.581-46).

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Commissaire enquêteur, nos salutations distinguées.

Lionnel EVRARD

Directeur régional





Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- L'affichage de grand format ;
- L'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales ;
- La publicité dans les transports ;
- La publicité numérique ;
- Les bâches et l'affichage évènementiel.

<http://www.upe.fr/>

Avril 2024

Contribution à la
révision du
règlement local
de publicité
(RLP)

Enquête Publique

Lens

Le présent document a pour objectif de :

- I. Présenter le secteur de la communication extérieure, préalable indispensable pour comprendre les enjeux des règles contenues dans un RLP ;
- II. Rappeler les grands principes applicables aux RLP ;
- III. Contribuer à la procédure de révision du RLP initiée par la ville de Lens.

Préambule

Une étude internationale portant sur la contribution économique de la publicité en Europe a été réalisée par le cabinet Deloitte à la demande de la World Federation of Advertisers. Cette étude démontre l'**impact positif** du secteur de la publicité tant en termes de croissance que d'emplois.

Deloitte.

The economic contribution of
advertising in Europe
A report for the World
Federation of Advertisers

Janvier 2017

Synthèse

Ce rapport inédit a permis de démontrer la contribution de la publicité à l'économie et d'évaluer les bénéfices tangibles qu'elle procure aux citoyens.

En utilisant un modèle économétrique basé sur 17 ans de données, cette étude a montré que l'investissement publicitaire en France avait un impact multiplicateur de 7,85 sur l'économie en général.

Autrement dit, **1 euro investi en publicité dans les médias permet de créer 7,85 euros d'activité économique supplémentaire.**

En outre, l'étude de Deloitte a évalué que la publicité contribue directement et indirectement à la création de 536 000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.



La communication extérieure : un média particulièrement réglementé

La communication extérieure est le seul média qui relève du code de l'environnement.

Son cadre législatif et réglementaire est le plus complet et restrictif au monde.

Depuis 2006, 36 lois et ordonnances ainsi que plus de 30 décrets sont intervenus, impactant directement et indirectement le média.

C'est le seul média dont la réglementation nationale est souvent complétée par une réglementation locale.

A la différence de la publicité sur Internet, la communication extérieure est donc un média déjà particulièrement réglementé, le règlement national de publicité (RNP) étant très souvent complété par une réglementation locale (RLP(i)).

Le Conseil d'Etat a rappelé que « toute restriction qui est apportée à la publicité est susceptible de porter atteinte à la liberté d'entreprendre, au droit de propriété ainsi qu'à la liberté d'expression et de constituer une entrave à la libre circulation des marchandises ou à la libre prestation de services » (AVIS SUR UN PROJET DE LOI portant lutte contre le dérèglement climatique et ses effets du Conseil d'Etat du 4 février 2021, N° 40193)

« Le Comité Economique et Social Européen pense que toute entrave aux modèles publicitaires européens risque de bénéficier aux dispositifs de publicité numérique, essentiellement possédés par les GAFAs alors que ceux-ci échappent encore très largement aux dispositifs fiscaux européens. » (AVIS du Comité économique et social européen du 20 octobre 2021 – Publicité / consommation moderne et responsable « La publicité au service d'une consommation moderne et responsable » [avis d'initiative] INT/948.)

La communication extérieure : un média engagé en faveur du plan de sobriété énergétique

ENGAGEMENTS DE L'UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE EN FAVEUR DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE

La lutte en faveur de l'urgence climatique et pour la protection de l'environnement sont des causes d'intérêt humain, un engagement de la France et de l'Union européenne, une responsabilité individuelle et collective.

Face à la crise climatique, comme face à la crise sanitaire et ses conséquences, pouvoirs publics, citoyens et acteurs privés doivent être partenaires pour élaborer des solutions efficaces et concrètes.

Média de la proximité et de la mobilité, **la communication extérieure a engagé sa transition écologique depuis de nombreuses années** et entend l'amplifier pour contribuer à celle de l'économie et de la société françaises.

Vous trouverez via le lien suivant les engagements complets : <http://www.upe.fr/?rub=l-actualite&id=127>



La publicité extérieure peut contribuer au changement de production et de consommation.

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

Le 8 mars 2022, l'UPE met en ligne, en toute transparence, son calculateur d'empreinte carbone des campagnes publicitaires, **une première dans l'univers des médias en France.**



AdOOHc (Advertising Out Of Home Calculateur Carbone) permet d'évaluer les émissions de CO2 des campagnes print et digitales, sur l'ensemble de leur cycle de vie et ainsi en mesurer rapidement l'impact carbone d'un plan média en communication extérieure :
<http://carbone-calculateur-adoohcc.upe.fr/>

Les adhérents de l'UPE mettent en œuvre **les leviers d'action suivants** :

- Réduction de la consommation énergétique moyenne des dispositifs lumineux grâce à la poursuite du remplacement des éclairages néons par des **éclairages LED** ;
- Réduction de la consommation énergétique moyenne des publicités numériques grâce au remplacement progressif des dispositifs par la nouvelle génération de matériels plus performants ;
- **Mobilisation des investissements** nécessaires à l'équipement des publicités lumineuses en dispositifs de programmation et/ou de pilotage à distance pour permettre l'extinction de 1 heure à 6 heures partout en France ;
- Augmentation de la part **d'électricité d'origine renouvelable** consommée par les publicités lumineuses pour les contrats de fourniture d'électricité gérés en propre par les opérateurs.

LABELS FSC ET PEFC

Nous utilisons du papier certifié, garantissant une gestion durable et responsable des forêts.

IMPRESSIONS

Nous exigeons des imprimeurs d'utiliser des encres végétales et des matériaux recyclables pour le conditionnement.

RECYCLAGE

Les affiches utilisées sont recyclées via une filière adaptée.

INFO

"Sobriété" sur les publicités lumineuses: gares et aéroports vont aussi s'y mettre



Les exploitants de gares, stations de métro et aéroports français se sont engagés le 27 mars 2023, sous l'égide de l'Etat, à éteindre d'ici à la fin de l'année les publicités lumineuses quand ces lieux sont fermés au public.

Les opérateurs de ces infrastructures et les régies publicitaires ont signé le 27 mars 2023 une "charte d'engagement", en marge d'une réunion organisée par les ministères de la Transition énergétique et des Transports pour faire le point sur les efforts de sobriété du secteur.

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

- La publicité permet également de promouvoir **des opérations et entreprises vertueuses** et de contribuer ainsi à leur développement.
- Limiter fortement, voire interdire la publicité, conduirait à priver les entreprises, les produits ou les services dits « responsables » de la possibilité de se faire connaître largement.



La communication extérieure : une empreinte énergétique maîtrisée



KPMG _ Analyse comparative de la performance énergétique, économique et sociétale de la publicité extérieure _ Mars 2023

Document complet disponible :
https://www.upe.fr/fichiers/20230209_KPMG_GSG_Note_Publicite_Exterieur_vFFF.pdf

La communication extérieure représente

- **0,028 %** de la consommation énergétique totale de la France (0,145TWh/ 510 TWh) ;
- **0,4 %** de la consommation totale des technologies de l'information et de la communication (TIC).

La communication extérieure est :

- **6 x** plus sobre en énergie que le digital (1) ;
- **17 x** plus sobre en énergie que la télévision (1).

(1) rapportée au volume de contacts / à l'audience touchée

La communication extérieure : une empreinte énergétique maîtrisée



KPMG – Analyse comparative des empreintes carbone de la publicité extérieure par rapport aux autres médias... Mai 2023

<https://www.upe.fr/?rub=l-actualite&id=147>

Une deuxième analyse menée par KPMG met en évidence que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) ne représente qu'une proportion minime des émissions de CO2 de la France :

• **0,01%** émissions de CO2 totales du pays ;

• **0,44%** des émissions de CO2 du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (Internet, télévision, téléphones, ordinateurs...);

• **Entre 2,6 et 3,6%** des émissions de CO2 des activités publicitaires du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

L'étude de KPMG démontre que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) est, **pour un même public touché par les messages publicitaires, le moins émetteur de gaz à effet de serre de tous les médias :**

- Entre **2,0 et 3,4 fois moins émetteur** de CO2 que la publicité à la **radio**
- Entre **3,0 et 3,6 fois moins émetteur** de CO2 que la publicité sur **Internet**
- Entre **7,1 et 10,7 fois moins émetteur** de CO2 que la publicité à la **télévision**
- Entre **10,1 et 25,0 fois moins émetteur** de CO2 que la publicité dans la **presse**
- Entre **57,0 et 65,0 fois moins émetteur** de CO2 que la publicité par **mailing**

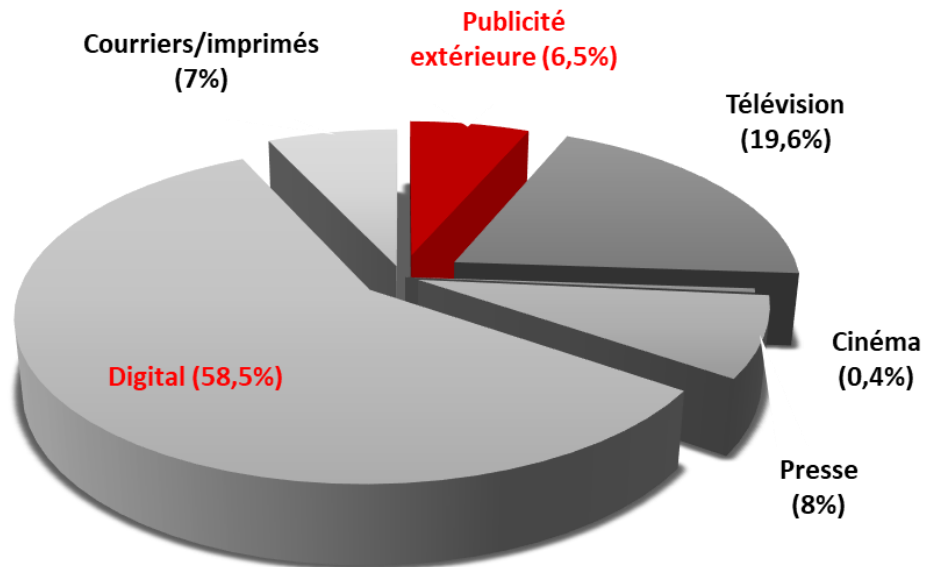
Seules la publicité extérieure et la presse écrite s'engagent à réduire leur empreinte carbone au cours des prochaines années.



La communication extérieure – un média « pluriel »

Maintenir la présence de la communication extérieure, c'est favoriser **la pluralité des médias**

Recettes publicitaires des médias - T1 2023



- ✓ **Internet** est le premier média publicitaire, devant la télévision. Il représente en 2023, **près de 60% du marché publicitaire en France** et 65% du marché publicitaire aux Etats- Unis. **En 2030, 65 % des recettes publicitaires en France seront captées par Internet, selon les prévisions de l'ARCOM et du ministère de la Culture.***
- ✓ **Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante des GAFAM (Géants de l'internet) sur le marché publicitaire.**
- ✓ Or, la publicité extérieure contribue à l'information des consommateurs et permet de mieux les éclairer quant à leur choix de produits ou de services.

77 % des consommateurs souhaitent en effet que les marques « parlent de leur utilité dans la nouvelle vie quotidienne » et 75 % veulent qu'elles « informent sur leurs efforts pour faire face à la situation » par leurs actions de communication (baromètre Kantar de mars 2020).

* <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Audiovisuel/Perspectives-d-evolution-du-marche-publicitaire-francais-a-l-horizon-2030-publication-d-une-etude-et-ouverture-d-une-consultation-publique>

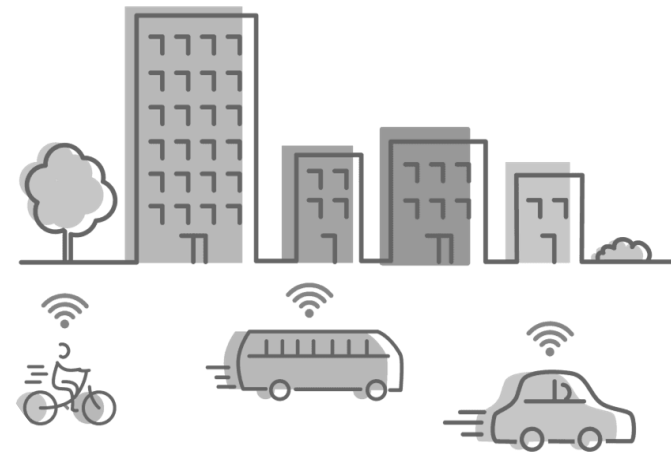
La communication extérieure : un média moderne et indispensable

Une mobilité en croissance

- +39 min passées hors domicile en 10 ans (Source : TGI-Kantar)
- 70% des Français utilisent régulièrement les transports en commun, +7pts en 5 ans (Source : Enquête UTP 2018)

Une urbanisation en croissance

- +9 millions de français vivant en zone urbaine depuis 1982 (Source : Insee)
- 80% des Français vivent en ville, 86% d'ici 2050 (Source : Insee)



D'où une progression de l'audience
de la communication extérieure

La ville est un territoire actif,
le plus grand réseau social du
monde réel

La communication extérieure : un outil de communication locale et régionale



- ✓ La communication extérieure est un **mass-média**, tout particulièrement sur les marchés locaux. C'est aujourd'hui **le média local le plus puissant qui participe notamment à la relance économique engagée par les pouvoirs publics**.
- ✓ Elle est un **média privilégié** pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic dans les magasins, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque.
- ✓ Il s'agit également d'un **média de proximité**, dimension capitale dans une stratégie de communication locale. **Seuls Internet et la publicité extérieure** offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise. La publicité extérieure est un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. **Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE), ni pour l'emploi local.**
- ✓ La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment.



La communication extérieure : un média en perpétuelle évolution

Du simple plateau en acier galvanisé, aux « trivision », vitrines ou encore dispositifs numériques, la communication extérieure est un média en pleine évolution. En effet, le digital, technologie du XXIème siècle, est une innovation majeure pour notre média.



Toutefois, **le digital ne représente aujourd'hui que 1% du parc.** Des données précises sur la publicité numérique sont disponibles via l'étude KPMG réalisée en 2020.

<http://www.upe.fr/?rub=1-actualite&id=126>



Sans attendre des dispositions réglementaires, les opérateurs ont su tenir compte des attentes environnementales de la population.

- Depuis ces **10 dernières années**, le nombre de **dispositifs publicitaires** implantés en France a été **divisé par deux**.

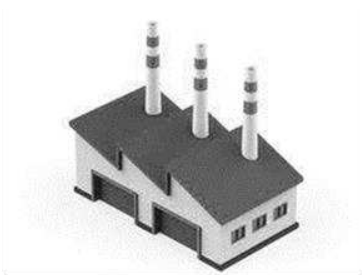
*A ce jour, plus de **60% des dispositifs sont seuls sur leur unité foncière** (Etude JCDecaux sur 8400 dispositifs en France / avril 2020).*

- Depuis de très nombreuses années, **les opérateurs ont volontairement réduit le format des dispositifs** passant de 12 m² d'affiche à un format dit « 8 m² » d'affiche quelle que soit la technologie employée.
- Dès 1988, des investissements importants ont permis la réalisation de dispositifs alliant esthétique et intégration urbaine.



La communication extérieure : une activité économique locale et multiple

La communication extérieure représente plus de 200 sociétés nationales, régionales ou locales et près de 15 000 salariés, répartis dans tout le territoire national dans plusieurs centaines d'agences locales.



FABRICANTS DE MATÉRIEL



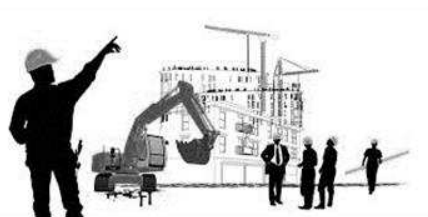
IMPRIMEURS



COMMERÇANTS



AGENTS DE TERRAIN



MONTEURS



COMMERCIAUX



AGENCES DE PUBLICITÉ



ADMINISTRATIFS

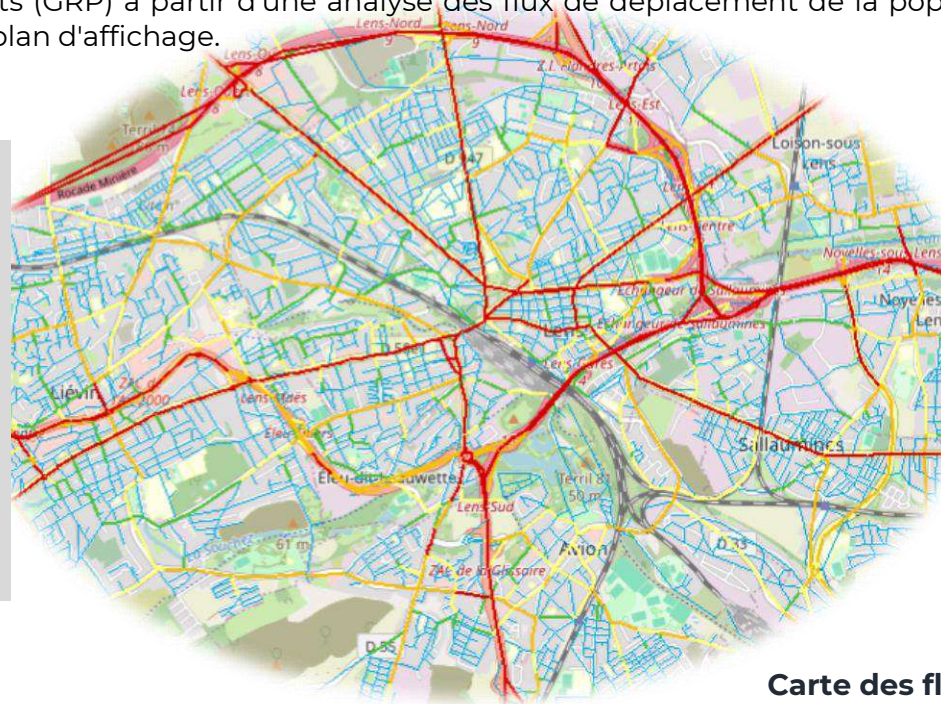
L'efficacité d'une implantation : L' AUDIENCE

La communication extérieure est le plus ancien média. **Les annonceurs souhaitent bénéficier d'audiences, ce que permet justement de mesurer avec la plus grande précision la communication extérieure.**

Mobimétrie fournit un nombre moyen de contacts (GRP) à partir d'une analyse des flux de déplacement de la population, qui permet de connaître un taux de couverture et de fréquences d'ODV pour chaque plan d'affichage.

L'efficacité du média « des déplacements » repose sur le **respect des audiences** qui sont obtenues par **deux notions essentielles** à sa raison d'être :

- **La couverture** : nombre de personnes appartenant à la cible, touchées au moins une fois par le message dans le cadre d'une campagne publicitaire.
- **La répétition** : nombre moyen de contacts par personne appartenant à la cible touchée dans le cadre d'une campagne.



Carte des flux (rouge à orange : fort à important).

L'**ODV** ou « occasion de voir » correspond à un contact publicitaire, ou plutôt à une **occasion de contact**.

Le potentiel ou la puissance d'un emplacement ou d'un réseau d'affichage peut être exprimé en « occasions de voir » sur une période donnée.

Le nombre théorique d'ODV est établi à partir de l'étude des flux de circulation concernés par l'axe de visibilité

La cartographie est un outil essentiel à la construction et au respect des engagements clients.

Une dédensification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure, favorisant un report des investissements publicitaires vers Internet (média non impacté par les réglementations à ce jour).

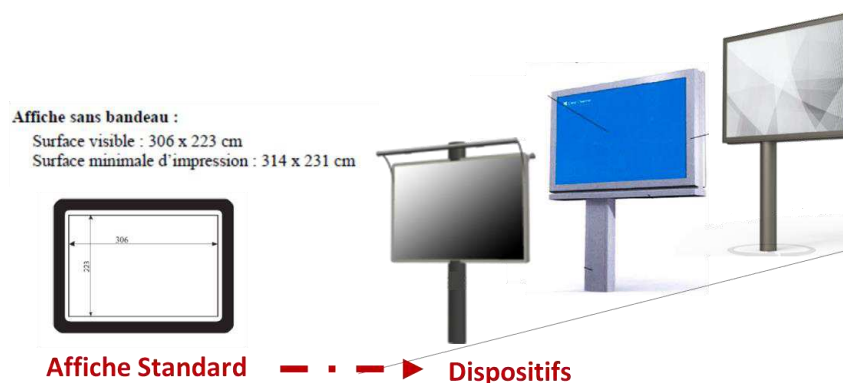
L'efficacité d'une implantation : LE FORMAT

Historiquement, la communication extérieure s'appuie sur des formats d'affiche standards. En effet, le **média recourt à une chaîne logistique** qui ne peut exister que par des **processus standardisés** (imprimeurs, matériels, logistique, optimisation des coûts...).

Un format standard se dégage en France dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : le format dit « 8 m² » qui correspond en fait à un format réel d'affiche d'environ 6,70 m². Le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes (JO du 1er novembre 2023) a acté ce format avec une surface d'encadrement à 10,50 m².

Il convient de tenir compte des éléments d'encadrements propres à chaque opérateur afin de déterminer la surface unitaire maximale « encadrement compris » autorisée des dispositifs publicitaires dans le futur RLPi afin d'appréhender la **très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour**. A ce jour, il a été retenu un format de 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de dispositifs en France uniquement pour quelques centimètres de moulures, tout en conservant le format d'affiche universel (voir illustration page suivante).

Ce format a d'ailleurs été **confirmé par le décret n° 2023-1007** du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes et **repris aux articles R.581-26 et R.581-32** du Code de l'environnement.



Tous ces dispositifs supportent le même format d'affiche dit commercialement « 8 m² ». Le design et les technicités de chaque opérateur portent le format du dispositif jusqu'à 10,50 m².

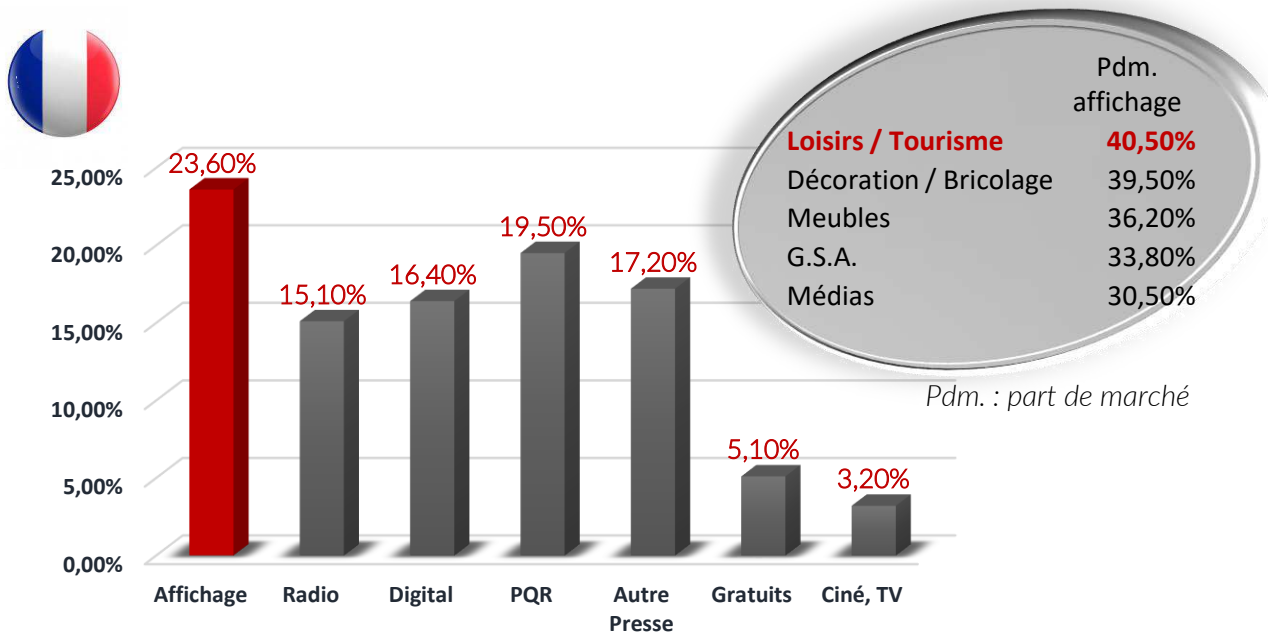


Ne pas reconnaître au sein du RLPi ce format standard reconnu nationalement et ne pas tenir compte de la réalité terrain est un non-sens économique et écologique.

Le marché de la communication extérieure – investissements locaux en France et dans le territoire de Lens

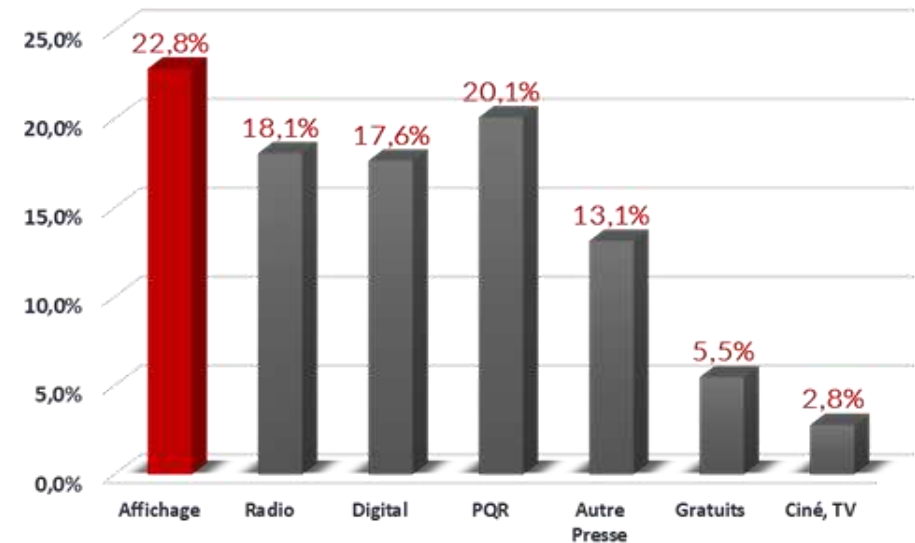
De très nombreux annonceurs locaux communiquent sur les réseaux d'affichage présents en France, notamment pour une communication directionnelle. Tous les secteurs d'activités et toutes les tailles d'activités sont représentés : salons, aquarium, sport, agence immobilière, grande distribution, bricolage, cuisiniste, hôtellerie, restauration, loisirs, mutuelles... La communication extérieure est faite par et pour les annonceurs locaux. Elle est le dernier média leur permettant d'être connus de tous sans ciblage marketing.

Pourcentages de dépenses média attribués à la communication extérieure
- données France Pub 2019



Dans le territoire français, l'affichage représente 23,60 % des investissements publicitaires locaux (1^{er} média).

source France Pub 2019



Dans le territoire de Lens, l'affichage représente 22,8 % des investissements publicitaires locaux (1^{er} média).

source France Pub 2019

Le marché de la communication extérieure – investissements locaux en France et dans le territoire de Lens

Dans le territoire de Lens,
3 454 annonceurs locaux communiquent par le biais de la publicité.

L'affichage est, dans le territoire, le premier média historique sollicité (source France Pub 2019).

Tous les secteurs économiques locaux utilisent la communication extérieure et notamment les entreprises du secteur du tourisme et des loisirs qui investissent plus de **37,20 %** de leurs dépenses annuelles de communication en affichage (source France Pub 2019).



Un média aux côtés des acteurs locaux

LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES LOCAUX REPRÉSENTENT 10,2 MDS € EN 2022, SOIT 31,2% DU MARCHÉ GLOBAL

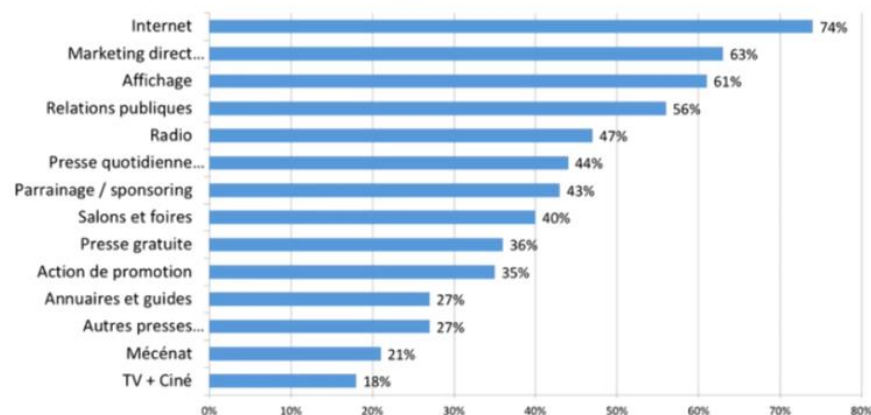
Etude réalisée en octobre 2023 par l'association « les Relocalisateurs * »



Taux de pénétration par famille de supports

Les médias locaux utilisés

Q : Sur quel(s) support(s) faites-vous vos campagnes de communication locale?



Légende

L'affichage figure parmi les supports pour lesquels les investissements locaux sont majoritaires.

Les investissements publicitaires locaux pèsent pour près d'un tiers du marché français

* Les Relocalisateurs est une association loi 1901 dont les membres sont : COSPIRIT GROUPE, JCDecaux, France.TV Publicité, Radio France Publicité, Cityz Media, CMI MEDIA, MEDIAPOSTE, 366, Publicis Media, Altice Media Ads & Connect, Dentsu France, NRJ Global, France Pub.

LES OBJECTIFS d'un RLP

Le RLP donne la possibilité d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux enjeux locaux, permettant ainsi d'intégrer la publicité et les enseignes dans toute leur diversité au territoire considéré.

Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions dites « relatives ». Le RLP peut ainsi s'avérer être **un outil pour réintroduire la publicité** dans les zones d'interdictions relatives de publicité (article L.581-8 I du Code de l'environnement).

Le RLP doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes **d'urbanisation et de technologies**.

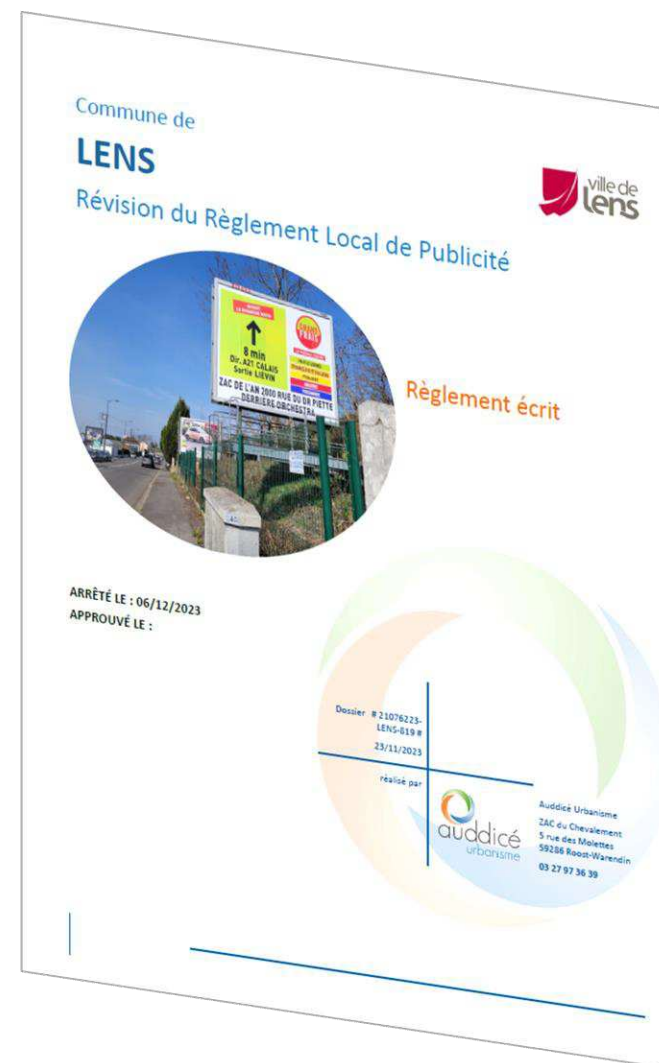
Le RLP doit être lisible et source de **sécurité juridique**. Il ne doit pas être un document excessivement complexe et se doit d'encadrer les installations publicitaires de manière claire pour gagner en efficacité. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation juridique pour les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter.

Le territoire doit donc faire l'objet d'une réglementation harmonieuse via des règles simples et accessibles.

Il est primordial de conjuguer attractivité et cadre de vie tout en respectant les codes du succès de la communication extérieure.

Propositions de l'UPE

Etude du projet de RLP arrêté par le Conseil Municipal le 6 décembre 2023 et présenté en enquête publique



Sur l'impact du RLP

Le projet de RLP ne présente aucune **étude d'impact économique et social** et ce, tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux. Cette étude aurait pourtant pu éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et permis d'évaluer les conséquences du texte présenté.

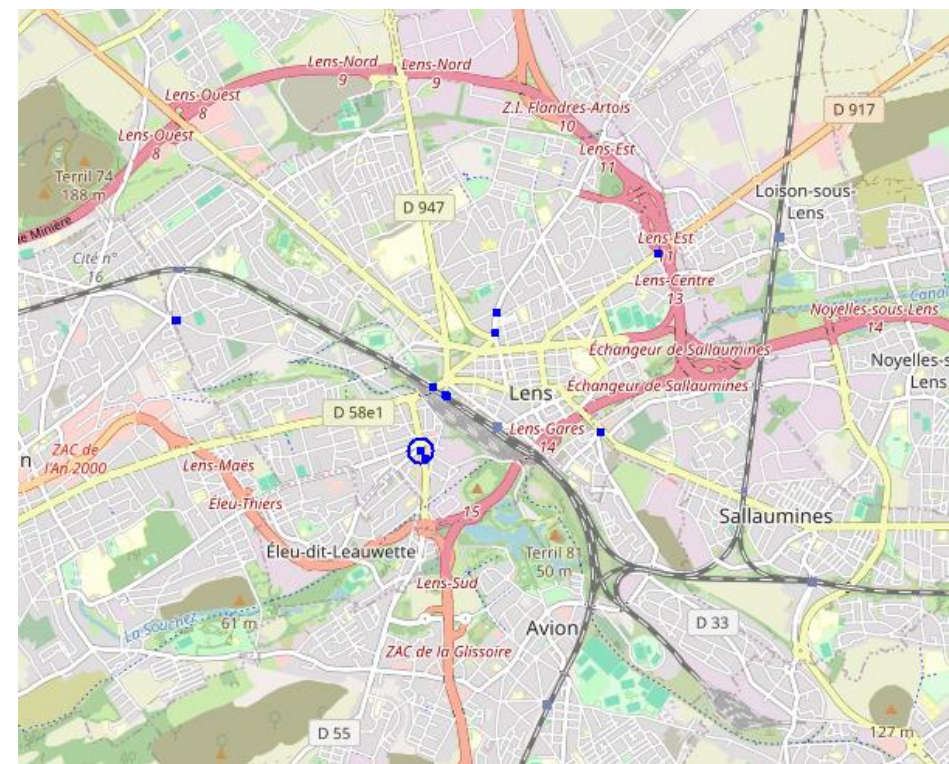
Afin d'avoir une vision concrète et opérationnelle du présent projet de réglementation, un impact sur le parc de dispositifs publicitaires actuel d'un adhérent de l'UPE est présenté dans les pages suivantes.

La situation réglementaire

Comme en témoigne le parc de dispositifs publicitaires sur domaine privé d'un adhérent de l'UPE, représentatif du secteur d'activité, l'audience ne se résume pas à couvrir l'ensemble d'un territoire mais nécessite **d'être présent dans les secteurs et axes où se concentrent les déplacements.**

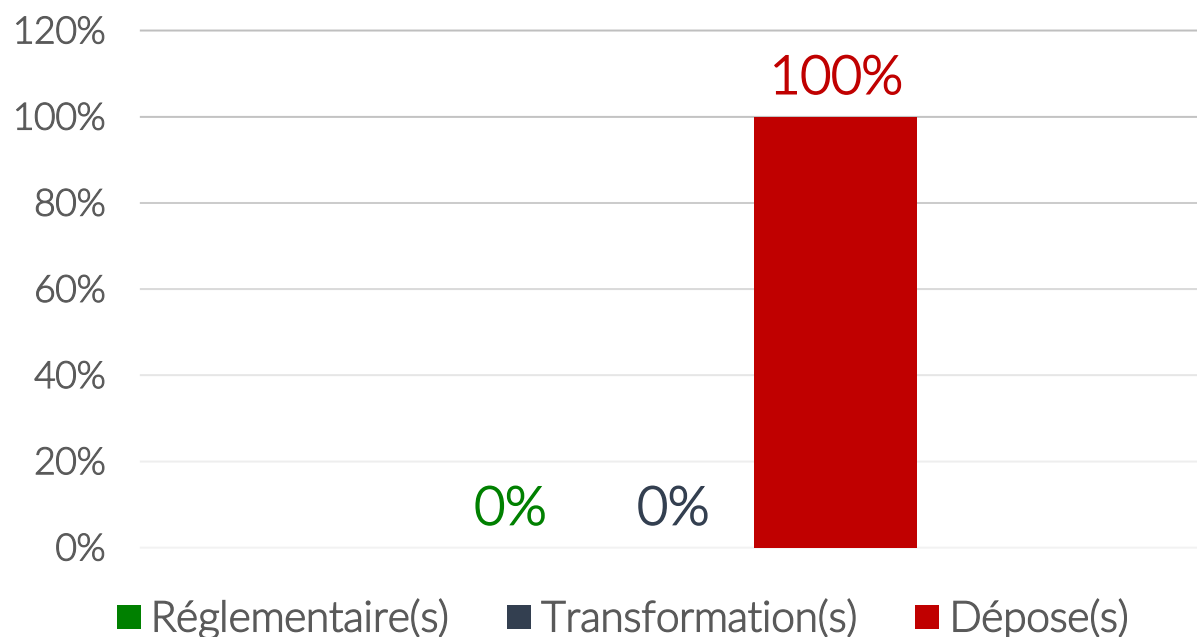
Dans le territoire de Lens, les secteurs peu urbanisés sont très peu concernés par des implantations et ce, même si la loi le permet actuellement.

On constate d'ailleurs à ce jour un nombre très restreint de dispositifs publicitaires (dispositifs représentés par un point bleu sur la cartographie ci-contre).



Projet de RLP de Lens : **impact** sur le parc « **grand format** » d'un adhérent de l'UPE

Impact global / dispositifs selon projet arrêté de RLP



A l'égard d'un opérateur proposant une offre « grand format » présent sur le territoire, **et tel que rédigé,**

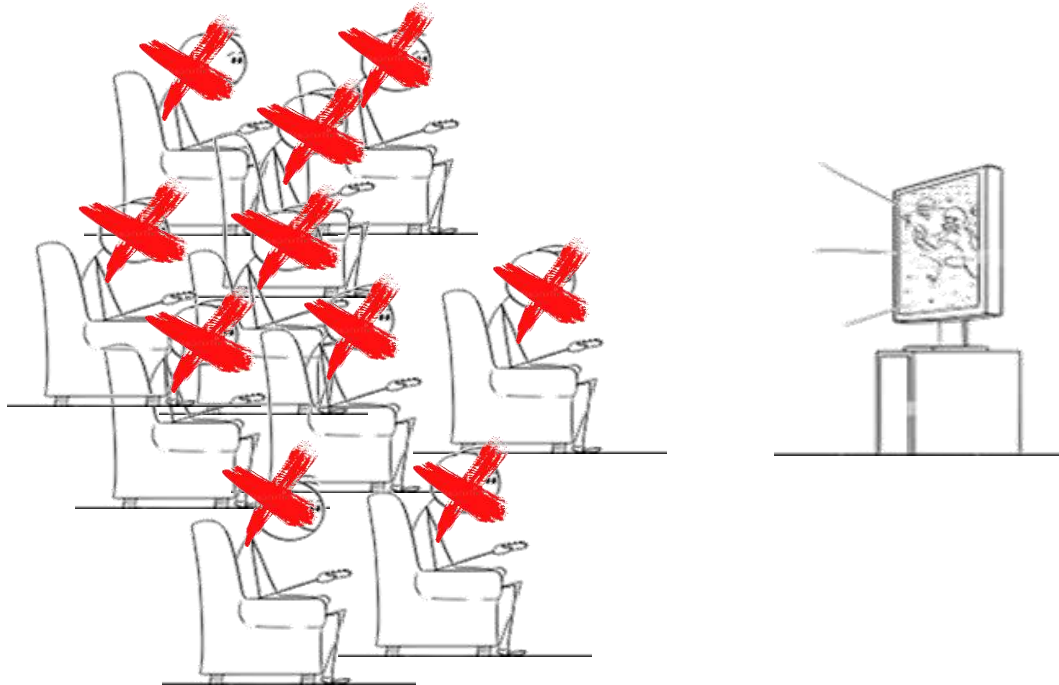
le projet de RLPi a pour conséquence une **perte sèche de 100% du parc de dispositifs publicitaires** sur le domaine privé.

Ce niveau de dépose entraîne **une disparition du média et d'une activité économique sur la ville.**

Les annonceurs se détourneront vers des médias non ou peu réglementés, beaucoup plus consommateurs d'énergie et plus émetteurs de gaz à effet de serre **(contraire à toute logique environnementale).**

Projet de RLP de Lens : **impact** sur le parc « **grand format** » d'un adhérent de l'UPE

A l'image d'un autre média (la télévision), ce projet équivaldrait à supprimer 10 téléspectateurs sur 10.



Perte d'audience
+
Perte de visibilité
=
Désintérêt des annonceurs

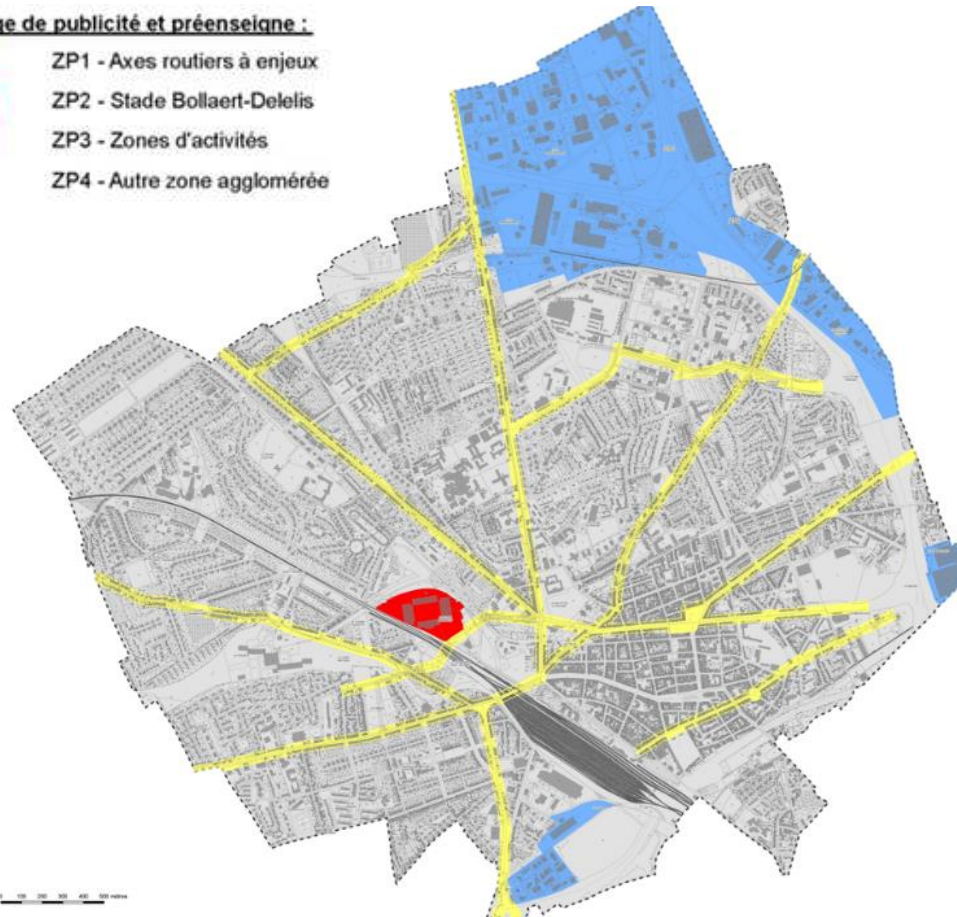
↓
Suppression du média

La combinaison « baisse de format / perte d'audience » conduit à une disparition du média.
Les annonceurs se détourneront vers d'autres médias, très peu,
voire non réglementés. Cela engendrera ainsi **une perte d'emplois locaux**.

Zonage

Zonage de publicité et préenseigne :

- ZP1 - Axes routiers à enjeux
- ZP2 - Stade Bollaert-Delelis
- ZP3 - Zones d'activités
- ZP4 - Autre zone agglomérée



- **Zone de Publicité n°1 (ZP1)** - Axes routiers à enjeux : cette zone, matérialisée en jaune sur le plan annexé, concerne les axes de grande circulation où ont été localisés dans leur majorité les dispositifs de publicité et de préenseigne ;
- **Zone de Publicité n°2 (ZP2)** – Stade Bollaert-Delelis : cette zone reprend l'emprise du Stade Bollaert-Delelis matérialisée en orange foncé sur le plan annexé
- **Zone de Publicité n°3 (ZP3)** – Zones d'activités : cette zone matérialisée en bleu sur le plan annexé regroupe les zones d'activités économiques, artisanales et industrielles reprises par le Plan Local d'Urbanisme (PLU).
- **Zone de Publicité n°4 (ZP4)** – Autre zone agglomérée : cette zone matérialisée en gris sur le plan annexé comprend le reste du territoire de la commune de Lens.

Nous adhérons à ce zonage simple, en adéquation avec le milieu urbain : axes de circulation, zones d'activités, zones résidentielles.

Dispositions Générales

Section 2 : Objet du règlement

Il est institué sur le territoire de la commune de Lens, au sens du code de l'environnement, des zones qui soumettent les publicités, les préenseignes et les enseignes à des prescriptions particulières **complétant** et adaptant celles du régime général du code de l'environnement.

- Il est à noter qu'en vertu de l'article L581-14 du code de l'environnement, « *L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, la métropole de Lyon ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité **qui adapte** les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10.* »
- Ainsi, le RLP a pour objet principal d'adapter (et non de compléter) localement les seules dispositions du règlement national de publicité (RNP), issu du code de l'environnement.

- Pour toutes ces raisons, il conviendra de supprimer la mention selon laquelle le RLP complète les dispositions du RNP

Dispositions Générales

Section 5 : Délais de mise en conformité

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, les dispositifs de publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) présents sur la commune de Lens qui ne sont pas conformes aux dispositions du règlement local de publicité doivent se mettre en conformité selon différents délais :

- Les enseignes ont un délai de 6 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du présent RLP.
- Les publicités et préenseignes ont un délai de 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du présent RLP.

Par ailleurs, les dispositifs non conformes aux dispositions antérieures au RLP, doivent se mettre en conformité immédiatement.

- Il est à noter qu'en vertu de l'article R581-88 du code de l'environnement, « *Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur d'un règlement local de publicité prévu aux articles L. 581-14 et L. 581-14-4 qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce règlement peuvent être maintenues **pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit règlement.*** »

- Pour toutes ces raisons, il conviendra de bien préciser que les délais de mise en conformité de 6 ans ou 2 ans courent à compter de l'entrée en vigueur du RLP.

Dispositions Générales

Section 6 – Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de préenseigne et d'enseigne

La commune de Lens étant dotée d'un Règlement Local de Publicité, le maire de la commune est l'autorité compétente pour connaître de la réglementation relative à la publicité extérieure ainsi qu'à celle des enseignes.

- Il est à noter que depuis la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets et à défaut d'être transférées au président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par principe par le maire au nom de la commune et ce, peu importe l'existence ou non d'un RLP (nouvel article L.581-3-1 du Code de l'environnement).

- Pour toutes ces raisons, il conviendra d'intégrer les nouvelles dispositions de l'article L.581-3-1 du code de l'environnement au RLP.

Dispositions Générales

Section 6 – Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de préenseigne et d'enseigne

- A noter, qu'en complément de cette déclaration ou autorisation, dans le cadre de travaux ayant pour objet de modifier l'aspect extérieur de la construction, il convient de déposer une demande de déclaration préalable de travaux ou de permis de construire conformément aux dispositions du code de l'urbanisme.
-
- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Le code de l'environnement soumet les publicités et préenseignes à déclaration préalable ou à autorisation préalable suivant le type de dispositifs envisagés. Ces dispositifs ne sont pas soumis aux déclarations ou autorisations de travaux prévues par le code de l'urbanisme. En effet, en application de l'article R*425-29 du code de l'urbanisme, « <i>L'installation de dispositifs de publicité, enseignes ou pré-enseignes, régie par les dispositions du chapitre 1er du titre VIII du livre V du code de l'environnement, est dispensée de déclaration préalable ou de permis de construire.</i> » | <ul style="list-style-type: none">• Il conviendra donc de supprimer cette mention dans le futur RLP. |
|---|--|

Dispositions Générales

Article 3 : Dispositions relatives au format des dispositifs

- Les dispositifs équipés d'une passerelle ou de tout autre élément technique sont interdits.
-
- Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « *L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs.* »
 - De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.
-
- Dans ces conditions, afin de tenir compte des obligations légales et réglementaires en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante :
 - « *Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser* ».



Illustration d'une passerelle rabattable (hors territoire).

Dispositions Générales

Article 9 : Dispositions relatives aux bâches de chantier, bâches publicitaires et aux dispositifs de dimensions exceptionnelles et de petits formats

- Les bâches publicitaires sont interdites, sous réserve des dispositions applicables à chaque zone.

Article 9.2 : Dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

- Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique sont interdits.

- L'article 9 du projet de RLP interdit les bâches publicitaires dans l'ensemble du territoire et l'article 9.2 interdit les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles supportant de la publicité numérique.
- Or, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont soumis à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités. Ainsi, il convient de ne pas interdire par principe ces outils de communication puisque ces dispositifs sont soumis à autorisation préalable.
- Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des évènements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés.

- Dans ces conditions, nous préconisons donc de permettre l'implantation des bâches publicitaires en toute zone et d'appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.
- Nous demandons également de ne pas interdire *a priori* la publicité numérique sur les dispositifs de dimensions exceptionnelles.

Dispositions Générales

Article 11 : Dispositions relatives aux dispositifs lumineux

- De plus, les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.
- Ces derniers sont limités à un dispositif par commerce et par voie ouverte à la circulation et ne peuvent avoir une **surface supérieure à 1m²**.

Au regard **de notre propre diagnostic**, nous tenons à apporter les précisions suivantes :

- Les dispositifs numériques en vitrine ne connaissent pas un développement surdimensionné. Ils sont effectivement présents en centre-ville car ils répondent à une **communication de magasin de proximité**. **Il est notoire que leur présence se dilue en fonction de l'éloignement du centre**.
- La très grande majorité de ces écrans ont un format se situant **entre 0,80m² et 1 m²**, quelques-uns avec un format **2 m²** pour répondre à un format standard national, avec généralement des **efforts d'intégration** au sein de l'espace vitrine.
- Il n'y a généralement **qu'un seul dispositif numérique par enseigne** (mais parfois complété par de nombreux dispositifs éclairés).
- Pour un même type d'activité, il nous paraît discriminatoire de se projeter sur des tailles ou nombre différents d'écrans autorisés.
- De plus, le projet de RLP autorise les enseignes lumineuses en vitrine avec une surface cumulée de 2 m² alors que les publicités lumineuses en vitrine voient leur surface limitée à 1 m². Ce projet de RLP multiplie les formats et gagnerait en simplicité en ne retenant qu'un format unique (2 m²) pour les dispositifs lumineux en vitrine.

Nos propositions :

Afin de tenir compte des multiples usages de ces dispositifs dans des espaces plus ou moins grands et soucieux de pouvoir offrir à l'ensemble des acteurs les mêmes possibilités d'exploitation, nous vous suggérons les propositions suivantes :

- 1 seul et unique dispositif numérique par façade et par rue ;
- dans la limite de 2 m² par dispositif ;
- extinction entre 23 h et 7 h du matin, lorsque l'activité de l'établissement a cessé, de la même manière que pour les enseignes (article 11) ;

et ce, sur l'ensemble du territoire.



Dispositions Générales

Lexique

Devanture commerciale : la devanture commerciale représente sur la façade d'un immeuble commercial tout élément extérieur qui exprime la présence d'un commerce.

- Nous préconisons de reprendre la définition de la devanture commerciale donnée par le guide pratique relatif à la réglementation de la publicité extérieure du ministère de l'Environnement (page 210) :

Devanture :

Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Dispositions Générales

Lexique

Dispositif numérique : un dispositif numérique est un dispositif lumineux comportant des diodes, leds et qui a pour objet d'afficher des images dynamiques ou des vidéos.

- Cette définition du dispositif numérique donnée par le lexique limite les exemples de technologie utilisable en tenant pas compte des autres technologies comme le LCD par exemple.
- Dans ces conditions, nous préconisons de ne pas dresser une liste exhaustive de technologies possibles.

Dispositions Générales

Lexique

Dispositif publicitaire : un dispositif publicitaire renvoie à la fois à un dispositif de publicité et à un dispositif de préenseigne.

- Il convient de reprendre expressément la définition donnée par le guide pratique relatif à la réglementation de la publicité extérieure du ministère de l'Environnement (page 211), l'application du régime de la publicité aux préenseignes est déjà rappelée au RLP :

Dispositif (publicitaire) :

Terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Guide_pratique-La%20reglementation_de_la_publicite%20exterieure.pdf

Section 2 : Dispositions générales applicables à l'ensemble des zones

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, les publicités et préenseignes sont soumises au même régime. En conséquence, les dispositions énoncées dans le présent chapitre s'appliquent tant aux publicités qu'aux préenseignes. Les dispositions figurant à la suite de ce chapitre s'appliquent à l'ensemble des zones, sauf dispositions spéciales applicables dans chaque zone.

Dispositions Générales

Lexique

Mur aveugle : un mur aveugle est un mur qui ne contient aucune ouverture (c'est-à-dire qui ne comporte notamment ni porte, ni fenêtre).

- L'article R581-22 du code de l'environnement interdit la publicité « *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 mètre carré* ».

- Il convient d'appliquer, en la matière, les dispositions du règlement national de publicité (RNP) et de préciser au projet de règlement que les publicités murales peuvent être implantées sur les murs aveugles ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètres carrés.

Dispositions Particulières – Zone 1

Chapitre 1 : Zone de publicité n°1 – Axes routiers à enjeux

Article unique : Dispositions relatives à la densité

- La pose d'un dispositif de publicité est **interdite sur les unités foncières au linéaire inférieur à 60m.**
- Au regard de l'urbanisation et du morcellement parcellaire constatés, le minimum de linéaire fixé à 60 mètres pour l'installation d'un dispositif paraît très élevé.
- Cette règle de densité ne fait aucune distinction entre le linéaire d'un bâti seul sur son unité foncière et le linéaire d'une unité foncière comprenant de l'espace non bâti.
- Cette longueur de 60 mètres est rarement existante sur des façades de maison de ville ne possédant pas de terrain, à l'image de l'exemple ci-contre.
- Imposer un linéaire minimum sur un support mural n'apporte aucune plus-value environnementale, le dispositif ne crée pas d'obstacle visuel car il s'appuie sur un objet pré-existant.



Nos propositions :

- ✓ Concernant les dispositifs **muraux**, nous demandons l'application de la règle de densité prévue au règlement national de publicité (RNP) avec une limitation à **1 seul dispositif** par façade
- ✓ Concernant les dispositifs **scellés au sol**, nous souhaitons l'application d'un linéaire minimale de **20 mètres** pour l'installation d'un dispositif scellé au sol.

Cette simple application portée à 20 mètres a pour conséquence la dépose de près de 50% du parc.

Dispositions Particulières – Zone 4

Chapitre 4 - Zone de publicité n°4 – Autre zone agglomérée

Article 3 : Dispositions relatives aux dispositifs apposés au mur

- **Les dispositifs apposés au mur sont interdits.**

Comme exposé précédemment, le média a besoin d'une couverture le plus large possible du territoire pour proposer aux annonceurs une audience maximale.

Un dispositif mural ne modifie en rien le champ visuel parce qu'il repose sur un obstacle pré-existant.

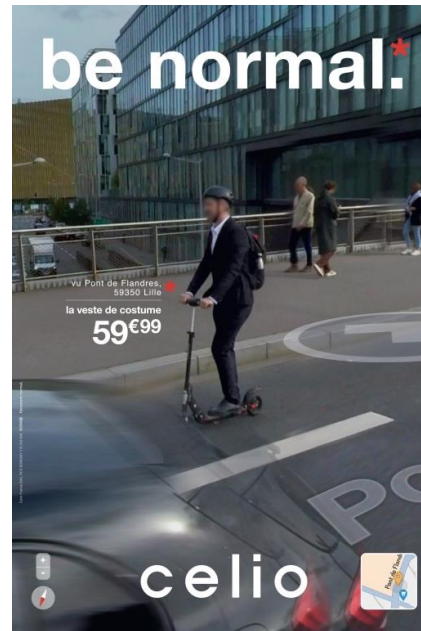
Nos propositions :

- ✓ Nous demandons d'autoriser en zone 4 les dispositifs muraux sous leur format standard de 8 m² d'affiche / dispositif à 10.50 m², encadrement inclus.

Domaine ferroviaire en gare

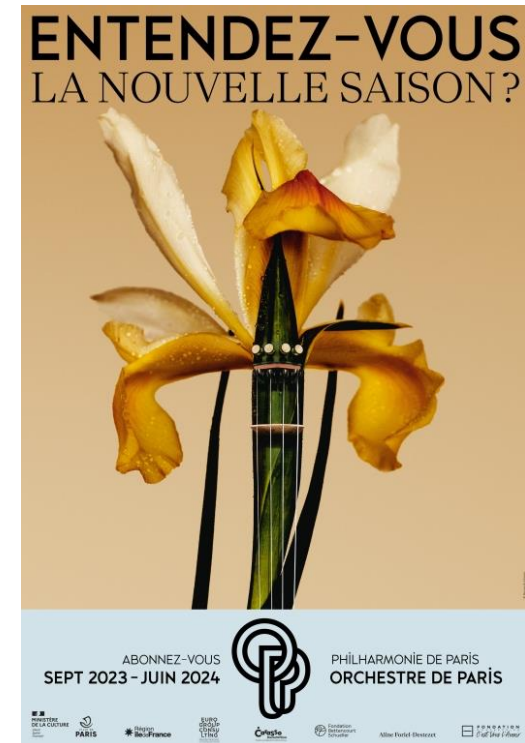
Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis de la gare de Lens, nous proposons les règles suivantes :

- Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ;
- Suppression de l'obligation d'un pied unique pour ce secteur. En effet, imposer des dispositifs de type monopied n'apporte aucune plus-value environnementale mais n'engendre uniquement que des coûts exorbitants non justifiés par des considérations circonstanciées relatives à la protection du cadre de vie ;
- Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec un format de surface d'écran de 2 m².



Celio
Lauréat du Grand Prix
Communication Extérieure 2024

Mention
Grand Prix de la Communication
Extérieure 2024



**PROJET de Révision du
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)
De la Ville de LENS**

Enquête Publique
du Lundi 15 Avril 2024 à 9h
au Vendredi 3 Mai 2024 à 17h

Commissaire Enquêteur Roger VALET

**Mémoire en Réponse au
PROCES VERBAL de SYNTHÈSE**

Procès-Verbal de Synthèse
REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

TABLE des MATIERES

1	OBJET.....	3
2	REFERENCES.....	3
3	PIECES JOINTES.....	3
4	DEROULEMENT de l'Enquête.....	4
5	CLOTURE de l'ENQUÊTE.....	5
6	SYNTHESE de la CONTRIBUTION PUBLIQUE.....	5
6.1	Bilan du registre numérique.....	5
6.2	Bilan Quantitatif.....	6
6.3	Contenu des observations.....	7
7	REMARQUES du CE.....	47
8	SIGNATURES.....	48

Procès-Verbal de Synthèse

**REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024**

1 OBJET

Enquête publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité de la ville de LENS

Procès-Verbal de Synthèse des Observations

2 REFERENCES

- DECISION no E23000 158/59 du 3 Janvier 2024 de Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Lille désignant Monsieur Roger VALET, Commissaire Enquêteur chargé de conduire l'Enquête Publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité de la ville de LENS
- ARRETE de Monsieur le Maire de LENS daté du 11 Mars 2024 prescrivant une enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité de la ville de LENS
- Article R123-18 (Version en vigueur depuis le 28 avril 2017) Modifié par Décret n°2017-626 du 25 avril 2017 - art. 4 : A l'expiration du délai d'enquête, le registre d'enquête est mis à disposition du Commissaire Enquêteur ou du Président de la commission d'enquête et clos par lui. En cas de pluralité de lieux d'enquête, les registres sont transmis sans délai au Commissaire Enquêteur ou au Président de la commission d'enquête et clos par lui. Après clôture du registre d'enquête, le Commissaire enquêteur ou le président de la commission d'enquête rencontre, dans un délai de huit jours, le responsable du projet, plan ou programme et lui communique les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse. Le délai de huit jours court à compter de la réception par le Commissaire Enquêteur ou le Président de la commission d'enquête du registre d'enquête et des documents annexés. Le responsable du projet, plan ou programme dispose d'un délai de quinze jours pour produire ses observations.

3 PIECES JOINTES

La copie

- Du registre papier
- Des éléments du Registre numérique
- Des certificats d'affichage et des annonces Presse

Procès-Verbal de Synthèse
REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

4 DEROULEMENT de l'Enquête

- L'Enquête Publique s'est déroulée conformément à l'Arrêté Municipal du 11 Mars 2024 sur le territoire de la ville de Lens
 - o Rappel des Conditions d'exécution de l'Enquête
 - Arrêté du 11 Mars 2024
 - Lieu d'enquête : Mairie de Lens
 - 3 Permanences
 - Publicités exécutées
- Le registre composé de feuillets mobiles a été coté et paraphé par le Commissaire Enquêteur
- Expression du Public : Modes d'intervention
 - o En Mairie de Lens, toute personne avait la possibilité de :
 - Consulter l'ensemble des pièces du dossier pendant les jours et heures habituels d'ouverture de la mairie au public
 - Sur une copie papier mise à disposition en Mairie de Lens
 - Depuis un poste informatique mis à disposition en Mairie de Lens
 - Sur une borne interactive en Mairie de Lens
 - Sur le site de la Ville de Lens
 - Depuis le registre dématérialisé
 - S'exprimer conformément à la législation et la réglementation en vigueur
 - Oralement au cours des 3 permanences assurées
 - Par inscription sur le registre papier mis à disposition
 - Par voie postale : courrier adressé au Commissaire Enquêteur en mairie de Lens, siège d'enquête
 - Par messagerie électronique à l'adresse suivante :
revisionrlp@mairie-lens.fr ou revision-rlp-lens@mail.proxiterritoires.fr
 - Par le registre dématérialisé :
<https://participation.proxiterritoires.fr/revision-rlp-lens>
- Evénements particuliers
 - o Dans le cadre de la concertation préalable et suite aux tables rondes de 2023, 2 courriers contributions ont été adressés en Décembre 2023 à Monsieur le Maire de Lens par la Société « Jean-Claude DECAUX » et le syndicat professionnel « UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE »
 - o Le Syndicat UPE a adressé un nouveau courrier en Mars 2024

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- La Mairie a ensuite produit le 25 Mars 2024 un mémoire en réponse aux courriers/observations des PPA et aux 2 courriers adressés en décembre 2023 par JC Decaux et en Mars 2024 par UPE
- Aucun incident particulier n'est à signaler

5 CLOTURE de l'ENQUÊTE

Le Vendredi 3 mai à 17h, l'enquête Publique était close et en application de l'article R123-8 du Code l'Environnement, à l'expiration du délai d'enquête :

- le registre papier d'enquête a été mis à la disposition du Commissaire Enquêteur et clos par lui-même.
- Le registre numérique a également été fermé le 3 mai 2024 à 17h

Dans le délai programmé de huit jours (11 Mai 2024 au plus tard), le responsable du projet a été destinataire du procès-verbal de synthèse le 6 Mai 2024.

Le responsable du projet, plan ou programme dispose d'un délai de quinze jours pour produire ses observations au PV donc à la date programmée du 21 Mai 2024 au plus tard.

6 SYNTHÈSE de la CONTRIBUTION PUBLIQUE

6.1 Bilan du registre numérique

- Les observations formulées par le public : aucune observation
- Les observations formulées par des professionnels :
 - 2 contributions reçues dans registre papier
 - 2 contributions registre numérique reçues et publiées
 - 2 contributions registre email publiées
- 12 visiteurs (internauts)
- 19 visites (1 visite = 1 page visionnée)
- 25 téléchargements
- 23 visualisations de documents
- Provenance des visites / téléchargements :
 - Beuvry : 2
 - Charlotte : 1
 - Noisy le Grand : 4
 - Paris : 10
 - Saint Paul : 2

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

6.2 Bilan Quantitatif

- Les contributions
 - Orales : aucune
 - Sur le Registre papier : 2
 - Par Voie Postale : Courriers : 2 (UPE et JC Decaux)
 - Par Courriels reçus sur le site : aucune
 - Sur le Registre Dématérialisé : 2 emails et 2 contributions (UPE et JCDecaux)
- Les contributeurs
 - PPA :
 - CDNPS : 1 Observation
 - DDTM : 6 Observations
 - UDAP : 5 Observations
 - Conseil Départemental Pas de Calais : 1 observation
 - Chambre de Commerce et d'Industrie : *pas d'observation*
 - Chambre des Métiers et de l'Artisanat : *pas d'observation*
 - Chambre Régionale d'Agriculture : *pas d'observation particulière*
 - Communauté d'Agglomération de LENS LIEVIN (CALL) : *avis favorable*
 - Commune d'AVION : *pas d'observation*
 - Commune d'ELEU dit LEAUWETTE : *pas d'observation particulière*
 - Commune de LIEVIN : *pas d'observation*
 - Commune de LOISON sous LENS : *pas d'observation*
 - Commune de LOOS en GOHELLE : *pas d'observation*
 - Commune de NOVELLES sous LENS : *pas d'observation*
 - Commune de PONT à VENDIN : *pas d'observation*
 - Commune de SALLAUMINES : *pas d'observation*
 - Commune de VENDIN LE VIEIL : *pas d'observation*
 - Conseil Régional des Hauts de France : *pas d'observation*
 - Préfecture du Pas de Calais : *pas d'observation*
 - SCOT de LENS LIEVIN HENIN CARVIN : *pas d'observation*
 - ARTOIS MOBILITES : *pas d'observation*
 - CADRES BLANCS : *pas d'observation*
 - Paysages de France : *pas d'observation*
 - SNCF Réseaux : *pas d'observation*
 - Professionnels de la publicité
 - Union pour la Publicité Extérieure : 35 Propositions

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- Jean-Claude DECAUX : 17 Propositions
- Individuels : aucune contribution

6.3 Contenu des observations

- ORALES : 2 (JCDecaux et UPE) qui ont été transcrites sur le registre papier ci-après et occasionnant 4 questions au MO
- REGISTRE PAPIER : 2 Contributions par UPE et JC Decaux

- Pap 2-1

JC Decaux : Nous suggérons à la ville de Lens de bien dissocier le cas des dispositifs publicitaires de ceux des mobiliers urbains qui ne reçoivent de la publicité qu'à titre accessoire.

- *En ce sens, la règle de l'article 17 spécifiant que les dispositions générales s'appliquent également au mobilier urbain présente un risque majeur. En effet les mobiliers urbains de 2 m² sont bipieds et l'article 4 prévoit que seuls les dispositifs monopieds ne sont autorisés. L'article 2 prévoit également qu'un seul dispositif ne peut être installé sur une même unité foncière. Une distinction claire du dispositif publicitaire et du mobilier urbain ainsi que des règles qui les concernent nous semble donc capitales.*
- *Réponse MO : la commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP*

- Pap 2-2

- *UPE : Nous suggérons de revoir le linéaire de façade sur rue, actuellement prévu à 60 m : Une distinction devrait être faite entre les dispositifs muraux sur lesquels aucune création d'obstacle est prévue et les dispositifs scellés au sol sur lesquels un linéaire de 20 m peut être mis en place : mobiliers muraux : 0 m et mobiliers scellés au sol : 20 m*
- *Réponse MO : la commune entend l'inquiétude de l'UPE sur cette remarque. Les services de la commune se rapprocheront de l'UPE afin d'échanger sur cette disposition et ainsi proposer une rédaction qui réponde aux objectifs fixés par la municipalité en prenant en compte, dans la limite de ces mêmes objectifs, les propositions formulées*

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- *Pap 2-3*
 - *UPE : De plus nous suggérons une modification concernant la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires muraux sur la zone de publicité no 4 sur laquelle actuellement toute publicité est interdite. Les mobiliers muraux ne génèrent pas de nouveaux obstacles visuels. Le format pour ces mobiliers est le format standard : 8 m² surface d'affiche correspondant à 10.50 m² encadrement compris.*
 - *Réponse MO : La ZP4 regroupe essentiellement des secteurs urbains de type maisons individuelles ou cités minières. Dans certaines d'entre elles, de nombreux enjeux de mise en valeur du patrimoine ont été repérés en lien avec la protection liée aux monuments historiques. De plus, au regard du diagnostic effectué, très peu de dispositifs de publicité sont présents sur cette zone. Dès lors, à l'appui du diagnostic et dans le souci de la préservation du cadre de vie des Lensois et de la mise en valeur du patrimoine, la commune ne souhaite pas autoriser les dispositifs muraux dans cette zone.*

- *Pap 2-4*

UPE : Enfin nous suggérons de modifier la mention concernant l'interdiction des passerelles pour indiquer la mise en place de passerelle rabattable afin de se conformer au Code du Travail

 - *Réponse MO : La commune ne souhaite pas modifier cette disposition dans son RLP. En effet, les dispositifs publicitaires avec passerelles ou tout autre élément technique constituent des dispositifs imposants qui nuisent à l'environnement dans lequel ils s'intègrent. Aussi, la volonté de la commune est de supprimer ce type de dispositif sur son territoire dans un souci d'amélioration du cadre de vie des habitants.*

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

○ COURRIER POSTAL

- Post 3-5 CDNPS du 13 mars reprenant l'avis DDTM

Observation : Je vous informe que les membres de cette commission ont émis un avis favorable sur ce projet, au titre de la préservation des sites et des paysages, du cadre de vie et de la gestion équilibrée de l'espace, conformément à la proposition formulée par le service instructeur.

J'attire, cependant, votre attention sur les recommandations énumérées dans le rapport précité, dont vous avez été rendu destinataire et destinées à rendre votre document plus opérant dans l'atteinte de ses objectifs

- Post 3-6 DDTM

Observation : Au travers de cette nouvelle réglementation, la commune souhaite revaloriser son patrimoine historique minier inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, rendre plus attractif le centre-ville en apportant une réglementation publicitaire plus appropriée que ce soit au niveau des publicités ou des enseignes. Cependant, la sectorisation de la commune en 4 zones occulte des séquences urbaines présentant des enjeux patrimoniaux et urbains majeurs :

Le maintien d'une réglementation nationale sur les formats publicitaires au sein des axes structurants qui pénètrent dans les zones UNESCO ou MH où qui constituent des entrées de ville en ZPI et au sein de la zone 2P2 est un frein à l'atteinte de cet objectif. En effet, ces dispositifs se retrouvent déjà essentiellement sur ces axes de passage et non en ZP4

- Réponse MO - En lien avec la remarque n°1 de l'ABF, la commune souhaite venir préciser ses plans de zonage, sur lesquels elle fera apparaître les secteurs de protection des monuments historiques. De plus, la ZP1 sera renommée pour faire apparaître la prise en compte des enjeux liés aux entrées de ville.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- **Post 3-7 DDTM**

Observation : *Il n'est pas malheureusement pas prévu de limiter le nombre important de publicités sur mobiliers urbains en proximité de monuments classés et aux entrées de ville*

- Réponse MO - Le mobilier urbain fait l'objet d'un contrat passé avec un prestataire à la suite d'une procédure mise en place dans le cadre du code de la commande publique. Lors de la redéfinition du contrat de mobilier urbain, la commune sera amenée, sur la base du diagnostic effectué et du règlement, à adapter certains types de mobilier urbain. Dès lors, si la commune reste seule compétente pour passer ce type de contrat, l'ensemble des mobiliers urbains qui seront installés le seront en conformité avec le RLP et feront l'objet, dans le cas où ils s'implantent dans un secteur protégé, d'une transmission pour avis aux services de l'ABF qui pourront se prononcer sur leur implantation

- **Post 3-8 DDTM**

Observation : *Quelques recommandations pour rendre le document plus opérant dans l'atteinte des objectifs : Rappeler que la réglementation locale de publicité ne prévaut pas sur l'avis des ABF en secteurs protégés*

• Réponse MO : La commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP.

- **Post 3-9 DDTM**

Observation : *Le diagnostic fait état d'un nombre important de mobiliers urbains supportant de la publicité sur son territoire. Ces dispositifs ayant un impact conséquent, la commune devrait s'engager à en limiter le nombre et non simplement la taille (8m²) afin de préserver une certaine équité entre les prestataires*

• Réponse MO : Le mobilier urbain fait l'objet d'un contrat passé avec un prestataire à la suite d'une procédure mise en place dans le cadre du code de la commande publique. Lors de la redéfinition du contrat de mobilier urbain, la commune sera amenée, sur la base du diagnostic effectué et du règlement, à adapter certains types de mobilier urbain. Dès lors, si la commune reste seule compétente pour passer

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

ce type de contrat, l'ensemble des mobiliers urbains qui seront installés le seront en conformité avec le RLP et feront l'objet, dans le cas où ils s'implantent dans un secteur protégé, d'une transmission pour avis aux services de l'ABF qui pourront se prononcer sur leur implantation

- **Post 3.10 DDTM**

Observation : La commune aurait pu proposer une zone supplémentaire caractérisée par un format et des densités plus en adéquation avec les enjeux de préservation des secteurs patrimoniaux et d'image de la ville (stade Bollaert-Delelis, entrées de ville, périmètres MH) qui sont notamment traversés par les grands axes en ZP1

• Réponse MO : En lien avec la remarque n°1 de l'ABF, la commune souhaite venir préciser ses plans de zonage, sur lesquels elle fera apparaître les secteurs de protection des monuments historiques. De plus, la ZP1 sera renommée pour faire apparaître la prise en compte des enjeux liés aux entrées de ville.

- **Post 3-11 DDTM**

Observation : les dispositifs de types chevalets mériteraient d'être limités par le RLP, au vu notamment de la largeur du trottoir, la visibilité de la façade par rapport à la voie publique car ils peuvent représenter un risque pour la sécurité publique

- Réponse MO : Dans la rédaction de son RLP, la commune a apporté une attention toute particulière aux dispositifs de type chevalet, qu'ils soient considérés comme des dispositifs de publicité ou d'enseigne.

- L'article 5 de la section 2 du titre 3 détaille précisément les cas dans lesquels ces dispositifs peuvent être installés lorsqu'ils sont considérés comme des dispositifs de publicité

- **Post 3-12 : UPE Courrier de l'Union de la Publicité Extérieure**

Dispositions générales

- *Matériaux et entretien des dispositifs*

La section 4 du projet de règlement énonce que :

« Les dispositifs de publicités, pré-enseignes et enseignes doivent s'inscrire dans leur environnement bâti et naturel. »

Ces dispositions sont de nature à créer une véritable insécurité juridique tant pour les opérateurs économiques que pour les services chargés de la police administrative dans

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

la mesure où les termes employés sont particulièrement flous et ne sont pas définis par le projet de règlement.

De fait, ces dispositions peuvent apparaître comme contraires à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme appliquée par les juridictions administratives aux RLP (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N°17PA23182).

Cette obligation est beaucoup trop générale et peut entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, cette obligation implique une appréciation subjective et ne repose pas sur des éléments précis et tangibles.

Proposition : *C'est pourquoi, il conviendra de supprimer ces dispositions.*

- *Réponse MO : A la lecture de la remarque, la commune souhaite venir préciser cette disposition dans un souci d'intelligibilité de la norme.*

- **Post 3-13 UPE**

Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de pré-enseigne et d'enseigne

La section 6 du projet de règlement énonce que :

« La commune de Lens étant dotée d'un Règlement Local de Publicité, le maire de la commune est l'autorité compétente pour connaître de la réglementation relative à la publicité extérieure ainsi qu'à celle des enseignes. »

Il est à noter que depuis la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets et à défaut d'être transférés au Président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par principe par le Maire au nom de la commune et ce, peu importe l'existence ou non d'un RLP (nouvel article L.581-3-1 du Code de l'environnement).

Par ailleurs, la section 6 contient les dispositions suivantes :

« A noter, qu'en complément de cette déclaration ou autorisation, dans le cadre de travaux ayant pour objet de modifier l'aspect extérieur de la construction, il convient de déposer une demande de déclaration préalable de travaux ou de permis de construire conformément aux dispositions du code de l'urbanisme. »

*Le code de l'environnement soumet les publicités et pré-enseignes à déclaration préalable ou à autorisation préalable suivant le type de dispositifs envisagés. Ces dispositifs ne sont pas soumis aux déclarations ou autorisations de travaux prévues par le code de l'urbanisme. En effet, en application de l'article R*425-29 du code de l'urbanisme, « L'installation de dispositifs de publicité, enseignes ou pré-enseignes,*

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS EP 23000 158/59 du 3/1/2024

régie par les dispositions du chapitre 1er du titre VIII du livre V du code de l'environnement, est dispensée de déclaration préalable ou de permis de construire. »

Proposition : *Il conviendra donc de supprimer cette mention au futur RLP.*

- Réponse MO : La précision apportée par la commune à cette section vise à informer les pétitionnaires des différentes procédures à appliquer en fonction des projets qu'ils souhaitent développer.

Aussi, la commune maintient cette précision dans son RLP, cette dernière apportant des informations en fonction des travaux prévus. La commune explicitera davantage cette précision pour bien distinguer la procédure applicable au titre du code de l'environnement de celle applicable au titre du code de l'urbanisme.

- Post 3-14 UPE

Mur aveugle

Le lexique définit le mur aveugle de la manière suivante :

« un mur aveugle est un mur qui ne contient aucune ouverture (c'est-à-dire qui ne comporte notamment ni porte, ni fenêtre). »

L'article R581-22 du code de l'environnement interdit la publicité « 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 mètre carré ».

Proposition : *Il convient d'appliquer, en la matière, les dispositions du règlement national de publicité (RNP) et de préciser au projet de règlement que les publicités murales peuvent être implantées sur les murs aveugles ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré.*

- Réponse MO : La commune a souhaité simplifier dans son RLP la compréhension et l'application des dispositions du code de l'environnement relatives aux dispositifs publicitaires apposés à un mur. Aussi, il a été décidé de n'autoriser ces dispositifs que sur les seuls murs aveugles ceci permettant une meilleure intégration de ces derniers dans leur environnement, d'autant plus si le dispositif mural est éclairé.

- Post 3-15 UPE

Le lexique définit le RLP comme suit : « le Règlement Local de Publicité est un règlement qui a pour but de fixer des règles relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes à l'échelle d'une commune ou d'un regroupement de communes. Il est à noter

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

que les règles contenues dans un RLP sont nécessairement plus strictes que celles figurant dans le RNP (Voir définition du RNP ci-après). »

Le code de l'environnement permet aux RLP de réintroduire la publicité dans les secteurs d'interdictions relatives de publicité. En effet, l'article L581-8 I du code de l'environnement dispose que : « Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »

Proposition : *Par ailleurs, le RLP peut également simplement renvoyer aux dispositions du règlement national de publicité (RNP) sans nécessairement les durcir*

- Réponse MO : la précision sera apportée dans la définition

- Post 3-16 UPE

Dispositions particulières

Interdictions générales

L'article 1 « Interdictions » du projet de règlement énonce que : « Dans la commune de Lens, seuls les dispositifs de publicité et de pré-enseigne spécifiquement énumérés au titre III et soumis à conditions générales et particulières pour leur installation peuvent être autorisés. En conséquence, tout dispositif non soumis à conditions générales et/ou particulières pour son installation est formellement interdit sur le territoire communal. »

Proposition : *Il convient de noter que dans le silence du RLP, le règlement national de publicité (RNP) s'applique, la liberté étant le principe, l'interdiction l'exception. Cette disposition doit nécessairement être supprimée.*

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP.

- Post 3-17 UPE

Interdiction des passerelles de sécurité

L'article 4 « Dispositions relatives aux dispositifs scellés au sol » du projet de règlement interdit l'usage de passerelles de sécurité.

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, «

L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs. »

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants du Code du travail détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS

EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Proposition : *Dans ces conditions, afin de tenir compte des obligations légales et réglementaires en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante*

« Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

- Réponse MO
- La commune ne souhaite pas modifier cette disposition dans son RLP. En effet, les dispositifs publicitaires avec passerelles ou tout autre élément technique constituent des dispositifs imposants qui nuisent à l'environnement dans lequel ils s'intègrent. Aussi, la volonté de la commune est de supprimer ce type de dispositif sur son territoire dans un souci d'amélioration du cadre de vie des habitants.

- **Post 3-18 UPE**

Interdiction des bâches publicitaires

Le projet de règlement vise à interdire les bâches publicitaires dans l'ensemble du territoire de la ville.

Or, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation préalable du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités. Ainsi, il convient de ne pas interdire par principe ces outils de communication puisque ces dispositifs sont soumis à autorisation préalable.

Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des évènements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés.

Proposition : *Dans ces conditions, nous préconisons donc de permettre l'implantation des bâches publicitaires selon le régime établi par le règlement national de publicité (RNP) et de ne pas poser d'interdictions a priori. En effet, les collectivités territoriales maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.*

- Réponse MO - Le code de l'environnement distingue deux types de bâches : les bâches de chantier et les bâches publicitaires. Les bâches de chantier sont autorisées dans le cadre du présent RLP. Concernant les bâches publicitaires, ces dernières ne sont autorisées que dans la ZP2 - Stade Bollaert. En effet, au regard de l'importance de cet équipement à envergure nationale et internationale, il a été choisi de permettre

Procès-Verbal de Synthèse

**REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024**

un mode de communication en relation avec cet équipement. Concernant les 3 autres zones, il n'a pas été jugé nécessaire d'autoriser les bâches publicitaires, car ces secteurs, au regard de leur morphologie urbaine et de leur fonctionnalité, ne répondent pas à ce type de besoin.

- Post 3-19 UPE

Interdiction de la publicité numérique sur domaine privé

Le projet de règlement vise à interdire de manière générale et absolue la publicité numérique sur domaine privé dans l'ensemble du territoire de la ville.

Selon une étude réalisée' par le cabinet KPMG, en mars 2023, « Analyse comparative de la performance énergétique, économique et sociétale de la publicité extérieure », la publicité extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) ne représente qu'une proportion infinitésimale de la consommation énergétique de la France :

- 0,028% de la consommation énergétique totale du pays ;*
- 0,4% de la consommation énergétique globale du secteur des Technologies de l'information et de la Communication (Internet, télévision, téléphones, ordinateurs...)*
- 2,7% de la consommation énergétique publicitaire du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.*

De plus, la publicité numérique est soumise à autorisation préalable au cas par cas (articles L.581-9 et R.581-15 du Code de l'environnement) et a un régime juridique strict encadré par le code de l'environnement

Il convient donc de ne pas interdire par principe à un média de proposer des outils de communication adaptés aux besoins des annonceurs. Le numérique est également un moyen de communication dynamique qui peut apporter aux usagers et aux collectivités locales de nombreux services (alerte enlèvement, messages d'intérêt général, message sanitaire...).

Par ailleurs, une telle interdiction peut se heurter à la jurisprudence administrative qui censure des RLP qui ne concilient pas liberté d'affichage et protection du cadre de vie. En effet, la Cour administrative d'appel de Douai a jugé (CAA Douai, 5 novembre 2019, N°18DA00126) que « Par suite, et sans qu'il soit besoin d'examiner les autres moyens tirés, par voie d'exception, de l'illégalité du règlement local de publicité, la société Oxial est fondée à soutenir que l'interdiction instituée par ce règlement est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation, et à soutenir, en conséquence, que le motif des décisions en litige, tiré de l'application de cette interdiction de toute publicité numérique en secteur B', est illégal ».

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Proposition : *C'est pourquoi, il conviendra que la publicité numérique soit autorisée par le RLP, selon les conditions du règlement national de publicité (RNP).*

- Réponse MO : la commune ne souhaite pas suivre la recommandation de l'UPE sur la publicité numérique dans un souci de préservation de l'environnement et de lutte contre le réchauffement climatique dans le cadre des efforts de sobriété énergétique.

- **Post 3-20 UPE**

Dispositifs lumineux en vitrine

L'article 11 « Dispositions relatives aux dispositifs lumineux » énonce que :

« De plus, les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.

Ces derniers sont limités à un dispositif par commerce et par voie ouverte à la circulation et ne peuvent avoir une surface supérieure à 1m². »

L'article L581-14-4 du code de l'environnement issu de la loi no 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dispose que : « Par dérogation à l'article L. 581-2, 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.

La section 6 du présent chapitre est applicable en cas de non-respect des prescriptions posées par le règlement local de publicité en application du présent article. »

Toutefois, les RLP ne doivent pas fragiliser davantage l'activité commerciale des commerçants de centre-ville. Dès lors, l'article L581-14-4 précité implique que les RLP puissent établir, le cas échéant, des prescriptions mesurées et adaptées à l'univers particulier que représentent les vitrines des commerces.

Cet univers spécifique est en effet composé de dispositifs lumineux dont les formats sont diversifiés. Une réglementation trop contraignante ne fera qu'accroître, pour les commerçants, le sentiment de contraintes administratives alors que les crises

Procès-Verbal de Synthèse

**REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024**

sanitaires comme économique ont considérablement impacté l'activité des commerces, notamment pendant les périodes de confinement.

Or, impacter les commerces de centre-ville entraînera un report de consommation vers les plateformes numériques.

Proposition : *Pour toutes ces raisons et afin de préserver la possibilité pour les commerçants d'exploiter leur vitrine commerciale, il conviendra de fixer une surface cumulée maximale à 2 m² du / des dispositif(s) lumineux situé(s) derrière une vitrine ou une baie. Cette proposition permet en effet d'appréhender ces univers diversifiés.*

- Réponse MO : Tout d'abord, concernant la surface des dispositifs lumineux à l'intérieur d'un local à usage commercial, la commune souhaite préciser la règle comme le suggère la remarque précédente. Concernant la plage d'extinction de ces dispositifs, la commune ne souhaite pas modifier son RLP et maintient la plage d'extinction proposée soit 30 minutes après la fermeture du commerce et 30 minutes avant l'ouverture du commerce. Cette disposition s'inscrit dans la volonté des élus de la commune de participer aux efforts de sobriété énergétique et de protection du cadre de vie nocturne. Enfin, il convient de distinguer les dispositifs lumineux de l'éclairage des vitrines. L'objet du RLP et des dispositions de l'article 11 vise expressément les dispositifs lumineux à l'intérieur des locaux commerciaux.

- Post 3-21 UPE

Horaires d'extinction nocturne

L'article 11 précité impose que : « les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce. »

Proposition : *Compte tenu des besoins en communication des annonceurs locaux et des événements pouvant être organisés en soirée, nous préconisons une extinction des dispositifs lumineux situés 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 entre 23h00 et 06h00, de la même manière que pour les publicités lumineuses sur domaine privé*

- Réponse MO : Tout d'abord, concernant la surface des dispositifs lumineux à l'intérieur d'un local à usage commercial, la commune souhaite préciser la règle comme le suggère la remarque précédente. Concernant la plage d'extinction de ces dispositifs,

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

la commune ne souhaite pas modifier son RLP et maintient la plage d'extinction proposée soit 30 minutes après la fermeture du commerce et 30 minutes avant l'ouverture du commerce. Cette disposition s'inscrit dans la volonté des élus de la commune de participer aux efforts de sobriété énergétique et de protection du cadre de vie nocturne. Enfin, il convient de distinguer les dispositifs lumineux de l'éclairage des vitrines. L'objet du RLP et des dispositions de l'article 11 vise expressément les dispositifs lumineux à l'intérieur des locaux commerciaux.

- **Post 3-22 UPE**

ZP1 - Axes routiers à enjeux

Le projet de règlement prévoit, en ZP1, la règle de densité suivante :

« La pose d'un dispositif de publicité est interdite sur les unités foncières au linéaire inférieur à 60 m. »

Un minimum de 60 mètres de linéaire pour l'installation d'un dispositif publicitaire n'est pas adapté à l'environnement urbain de cette zone de publicité, compte tenu du morcellement parcellaire constaté. Maintenir ce minimum linéaire revient à une interdiction déguisée de toute publicité.

Proposition : *Afin de prendre en compte la réalité « terrain » et urbaine, il conviendra de fixer à 20 mètres le linéaire minimum pour l'installation d'un dispositif publicitaire.*

- Réponse MO : La commune entend l'inquiétude de l'UPE sur cette remarque. Les services de la commune se rapprocheront de l'UPE afin d'échanger sur cette disposition et ainsi proposer une rédaction qui réponde aux objectifs fixés par la municipalité en prenant en compte, dans la limite de ces mêmes objectifs, les propositions formulées.

- **Post 3-23 UPE**

Enseignes temporaires

L'article 10 « Dispositions relatives aux enseignes temporaires avant ouverture d'un établissement » du projet de règlement dispose que : « Les enseignes temporaires indiquant l'ouverture d'un commerce peuvent être installées après accord du Maire et à condition qu'une demande d'autorisation préalable ait été déposée pour l'installation d'un dispositif pérenne »

Proposition : *Les enseignes temporaires ne sont pas soumises à autorisation préalable ni à déclaration préalable. Selon l'article R581-17 du code de l'environnement, seules les enseignes temporaires sont soumises à autorisation lorsqu'elles sont installées sur*

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

*un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L. 581-4 ou lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L. 581-8.
Aussi, il conviendra de modifier en ce sens l'article 10 précité.*

- Réponse MO : L'article sera supprimé dans le projet de RLP.

- **Post 3-24 UDAP 62**

Observation : Avant tout commentaire des documents, il est important de noter que le zonage du RLP comprenant des « axes routiers à enjeux » occulte des séquences urbaines, présentant des enjeux patrimoniaux et urbains majeurs.

- Réponse MO : La zone de publicité n°1 repère les axes routiers à enjeux sur le territoire. Il s'agit principalement des grands axes de circulation sur la commune reprenant également les entrées de ville et se rejoignant au nœud que constitue le secteur de la rue Edouard Bollaert. L'enjeu de ce zonage, en lien avec le diagnostic effectué, est d'identifier ces axes sur lesquels s'implantent principalement les dispositifs de publicité dans le but de mieux les répartir et ainsi participer à l'amélioration du cadre de vie des Lensois.

Aussi, les zonages du RLP reprendront les périmètres de protection des monuments historiques comme le recommande l'ABF. En ce qui concerne le bien UNESCO, un renvoi sera fait aux annexes du PLU qui contiennent ce document et auquel le RLP sera également annexé

- **Post 3-25 UDAP**

Observation : Concernant la partie réglementaire : 06 règlement littéral L'article 12 du Titre III (p.18) propose de déroger à l'article L.581-8 du code de l'environnement, qui concerne la publicité sur mobilier urbain aux abords des monuments historiques. Il est à préciser que toute demande d'autorisation devra être préalablement soumise à l'accord de l'Architecte des bâtiments de France. Je rappelle également que le mobilier urbain peut supporter uniquement à titre accessoire et non principal de la publicité (Article R.581-42 du code de l'environnement). Leur fonction première restant d'assurer le service urbain et d'informer les usagers.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP.

- **Post 3-26 UDAP**

Observation : Les supports publicitaires tels que décrits, avec un grand format de 8m², dans la zone ZP1 ne devraient pas être autorisés dans ces secteurs protégés, compte tenu de leur prégnance visuelle

- Réponse MO : Comme le souligne l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France, l'article L.581-8 du code de l'environnement prévoit des dérogations légales qui peuvent être mises en place dans le cadre d'un RLP et notamment en ce qui concerne la réintroduction de la publicité supportée par le mobilier urbain dans les abords de monuments historiques. Comme le permet donc le code, la commune a souhaité maintenir cette dérogation déjà présente dans le RLP de 2011 et ainsi permettre la publicité supportée par le mobilier urbain dans certains secteurs protégés. Toutefois, il convient de rappeler que tout dispositif de mobilier urbain supportant de la publicité qui sera implanté dans ces secteurs devra faire l'objet d'une déclaration préalable et que l'ABF sera obligatoirement consulté afin de donner son accord sur ce projet d'implantation.

- **Post 3-27 UDAP**

Observation : Concernant les plans de zonages : Annexes 07.1 / 07.2

Les documents graphiques ne mentionnent pas les périmètres des monuments historiques de la ville de Lens ni les éléments bien UNESCO du bien « Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais » ou sa zone tampon.

- Réponse MO : La zone de publicité n°1 repère les axes routiers à enjeux sur le territoire. Il s'agit principalement des grands axes de circulation sur la commune reprenant également les entrées de ville et se rejoignant au nœud que constitue le secteur de la rue Edouard Bollaert. L'enjeu de ce zonage, en lien avec le diagnostic effectué, est d'identifier ces axes sur lesquels s'implantent principalement les

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

dispositifs de publicité dans le but de mieux les répartir et ainsi participer à l'amélioration du cadre de vie des Lensois.

Aussi, les zonages du RLP reprendront les périmètres de protection des monuments historiques comme le recommande l'ABF. En ce qui concerne le bien UNESCO, un renvoi sera fait aux annexes du PLU qui contiennent ce document et auquel le RLP sera également annexé

- **Poste 3-28 UDAP**

Observation : Enfin, il aurait été souhaitable, en sus d'une mention des monuments historiques dans le règlement, que les périmètres des monuments historiques et sites protégés par le code de l'environnement apparaissent graphiquement sur chaque zone ou qu'il y soit fait référence sur chaque plan de zonage du dit RLP.

• Réponse MO : La zone de publicité n°1 repère les axes routiers à enjeux sur le territoire. Il s'agit principalement des grands axes de circulation sur la commune reprenant également les entrées de ville et se rejoignant au nœud que constitue le secteur de la rue Edouard Bollaert. L'enjeu de ce zonage, en lien avec le diagnostic effectué, est d'identifier ces axes sur lesquels s'implantent principalement les dispositifs de publicité dans le but de mieux les répartir et ainsi participer à l'amélioration du cadre de vie des Lensois.

Aussi, les zonages du RLP reprendront les périmètres de protection des monuments historiques comme le recommande l'ABF. En ce qui concerne le bien UNESCO, un renvoi sera fait aux annexes du PLU qui contiennent ce document et auquel le RLP sera également annexé

- **Post 4-29 JC Decaux**

Proposition : *Insérer la mention suivante au sein du paragraphe « Section 3: Définitions générales » : « La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le présent RLP ».*

- Réponse MO : Le Titre 1 Section 3 traite des définitions légales des différents dispositifs faisant l'objet du présent RLP. Aussi, la commune ne trouve pas pertinent d'ajouter cette précision à cette section. Toutefois, cette précision sera apportée au

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Titre 3 Section 2 Article 7 traitant du mobilier urbain et remplacera la première phrase de l'article.

- **Post 4-30 JC Decaux**

Proposition : *Amender le lexique du projet de RLP (Titre II) en amendant la définition des « dispositifs publicitaires » et en amendant l'article 7 du règlement portant sur le mobilier urbain, comme suit :*

« Dispositif (publicitaire) : Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode ».

« Conformément au code de l'environnement, le mobilier urbain supportant de la publicité est limitativement énuméré :

Les abris destinés au public ;

Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public

Les colonnes porte-affichages ;

Les mâts porte-affichages ;

Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires.

Le mobilier urbain ne supportant qu'à titre accessoire de la publicité, il n'est pas considéré au titre du présent RIP comme un dispositif (publicitaire). »

- Réponse MO : Le code de l'environnement traite effectivement de manière différenciée la publicité et la publicité supportée par le mobilier urbain. Le présent RLP reprend cette distinction en prévoyant des dispositions spécifiques pour le mobilier urbain supportant de la publicité. Néanmoins, les dispositions relatives au mobilier urbain comme support publicitaire figurant à la section 2 intitulée "Publicité" du titre VIII du Livre V de la partie réglementaire du code de l'environnement et n'étant pas clairement distinguées des publicités, la commune ne souhaite pas suivre la proposition qui consiste à affirmer que le mobilier urbain, au titre du RLP, n'est pas considéré comme un dispositif publicitaire

Procès-Verbal de Synthèse

**REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024**

- **Post 4-31 JC Decaux**

Par ailleurs, nous relevons au projet de RIP la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité » (article 7 du RLP). Pour rappel, ces dispositions générales, insérées en section 2 du projet, contiennent notamment des dispositions en matière de densité (article 2) et des contraintes d'implantation vis-à-vis des dispositifs (publicitaires) scellés au sol avec imposition du « mono-pied » et la limitation aux dispositifs de type « double-face » (article 4).

Or, il n'est pas nécessaire que le futur RLP prévoit des contraintes d'implantation et/ou d'exploitation des publicités sur mobilier urbain alors que la collectivité en conserve l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix. Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire fait en effet l'objet d'une étude au cas par cas et d'un aval préalable des services avant toute installation. Par ailleurs, dans les périmètres protégés (abords monuments historiques notamment), l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France est requis. Ainsi, la Ville, comme l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en périmètres protégés, peut refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée, même lorsque ce dernier est autorisé par le biais de son RLP. Enfin, lorsqu'il supporte de la publicité lumineuse (mobilier urbain numérique), il est soumis à l'autorisation prévue à l'alinéa 3 de l'article 1.581-9 du Code de l'environnement, laquelle tient nécessairement compte du « cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement article R.581-15 dudit Code). Par ailleurs, il est à rappeler que le mobilier urbain n'est pas soumis aux règles de densité prévues par le Code de l'environnement conformément à l'article R.581-42 (non-renvoi vers l'article R.581-25 dudit code).

Dans ce cadre et si l'opposabilité de ces contraintes était maintenue dans le texte approuvé, il est à noter que ces dispositions remettraient en cause l'ensemble des implantations de mobiliers urbains d'informations présents sur le territoire (90 mobiliers urbains d'informations 2m² de type mono-pied) ainsi que les colonnes culturelles qui ne répondent nécessairement pas à l'exigence du « double face » et à la limitation du format prévue de 8m² prévue à date vis-à-vis de tout type de mobilier urbain (dernier alinéa de l'article 7).

Proposition : *En conséquence, sur l'ensemble de ces points, nous préconisons de supprimer la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité » et d'autoriser le*

Procès-Verbal de Synthèse

**REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024**

mobilier urbain publicitaire en toutes zones du RLP, en le maintenant sous le régime prévu par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement. Par ailleurs, il conviendra de maintenir la levée de l'interdiction relative de publicité prévue à son égard en abords de monuments historiques (article 12 du RLP).

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP.

- Post 4-32 JC Decaux

Proposition : *Enfin, vis-à-vis du format prévu à son égard en abords de monuments historiques (article 12 du RLP). et vis-à-vis du format de publicité autorisé, nous préconisons de faire préciser au règlement que cette mesure ne concerne que les mobiliers urbains d'informations prévus à l'article R.581-47 du code de l'environnement, En effet, pour les quatre autres types de mobiliers urbains, le code de l'environnement prévoit d'ores et déjà des contraintes de format à leur égard.*

- Réponse MO : La commune prend en compte la demande de précision formulée concernant les contraintes de format pour le mobilier urbain et précisera donc à quel type de mobilier urbain le format s'appliquera.

- Post 4-33 JC Decaux

Proposition : *Amender le lexique du projet de RLP (Titre ID) en amendant la définition des « dispositifs publicitaires » et en amendant l'article 7 du règlement portant sur le mobilier urbain, comme suit :*

« Dispositif (publicitaire) : Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode ».

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP.

- REGISTRE DEMATERIALISE

Demat 5-34 UPE

L'efficacité d'une implantation : LE FORMAT

Historiquement, la communication extérieure s'appuie sur des formats d'affiche standards. En effet, le média recourt à une chaîne logistique qui ne peut exister que par des processus standardisés (imprimeurs, matériels, logistique, optimisation des coûts).

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Un format standard se dégage en France dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : le format dit « 8 m² » qui correspond en fait à un format d'affiche réel d'environ 6,70 m². Le décret no 2023-1007 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes (JO du 1^{er} Novembre 2023) a acté ce format avec une surface d'encadrement à 10,50 m².

Proposition : Il convient de tenir compte des éléments d'encadrements propres à chaque opérateur afin de déterminer la surface unitaire maximale « encadrement compris » autorisée des dispositifs publicitaires dans le futur RLP afin d'appréhender la très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour.

A ce jour, il a été retenu un format de 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de dispositifs en France uniquement pour quelques centimètres de moulures, tout en conservant le format d'affiche universel (voir illustration page suivante).

Ce format a d'ailleurs été confirmé par le décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes et repris aux articles R.581-26 et R.581-32 du code de l'environnement.

- Réponse MO : Pas de remarque à apporter, le format inscrit dans le RLP est bien de 10.50m².

Demat 5-35 UPE

Observation : *Le projet de RLP ne présente aucune étude d'impact économique et social et ce, tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux. Cette étude aurait pourtant pu éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et permis d'évaluer les conséquences du texte présenté.*

Afin d'avoir une vision concrète et opérationnelle du présent projet de réglementation, un impact sur le parc de dispositifs publicitaires actuel d'un adhérent de l'UPE est présenté dans les pages suivantes.

Réponse MO : Le code de l'environnement énumère les documents composant le dossier de Règlement Local de Publicité (RLP). A la lecture du code, aucune étude d'impact n'est nécessaire à l'élaboration, la révision ou la modification d'un RLP. La définition du projet de RLP de la commune se base principalement sur le diagnostic territorial présent dans le rapport de présentation et reprenant de manière exhaustive l'ensemble des dispositifs de publicité et de préenseigne repérés sur la commune. Ce diagnostic a permis

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

de relever des enjeux, traduits politiquement dans les objectifs et les orientations débattues en conseil municipal pour enfin pouvoir, sur cette base, rédiger le règlement littéral.

Enfin, l'impact présenté par l'UPE dans sa contribution mériterait d'être mieux expliqué pour pouvoir être éventuellement pris en compte, notamment en détaillant les éléments objectifs sur lesquels l'UPE se base pour fournir cet impact. Il aurait été intéressant de disposer des éléments de l'UPE au regard de la réglementation actuelle, de son respect sur le territoire et des éléments au regard de la future réglementation.

Demat 5-36 UPE

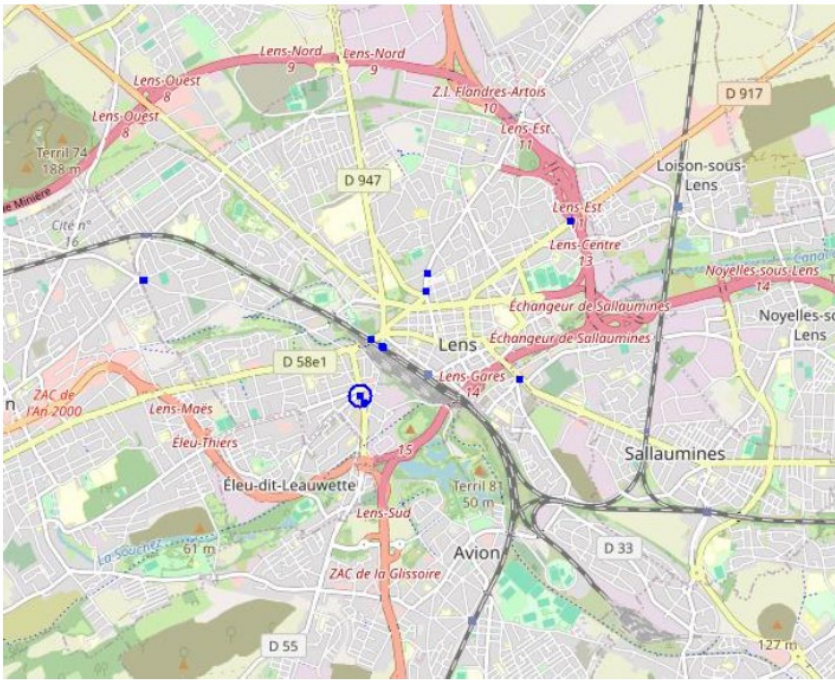
Observation : *Comme en témoigne le parc de dispositifs publicitaires sur domaine privé d'un adhérent de l'UPE, représentatif du secteur d'activité, l'audience ne se résume pas à couvrir l'ensemble d'un territoire mais nécessite d'être présent dans les secteurs et axes où se concentrent les déplacements.*

Dans le territoire de Lens, les secteurs peu urbanisés sont très peu concernés par des implantations et ce, même si la loi le permet actuellement.

On constate d'ailleurs à ce jour un nombre très restreint de dispositifs publicitaires (dispositifs représentés par un point bleu sur la cartographie ci-contre).

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024



- Réponse MO : la commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP
- Commentaire CE

Demat 5-37 UPE

Observation : *A l'égard d'un opérateur proposant une offre « grand format » présent sur le territoire, et tel que rédigé, le projet de RLP a pour conséquence une perte sèche de 100% du parc de dispositifs publicitaires sur le domaine privé.*

Ce niveau de dépose entraîne une disparition du média et d'une activité économique sur la ville.

Les annonceurs se détourneront vers des médias non ou peu réglementés, beaucoup plus consommateurs d'énergie et plus émetteurs de gaz à effet de serre (contraire à toute logique environnementale).

- Réponse MO : la commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP

Demat 5-38 UPE

Observation :

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

A l'image d'un autre média (la télévision), ce projet équivaldrait à supprimer 10 téléspectateurs sur 10.



Perte d'audience
+
Perte de visibilité
=
Désintérêt des annonceurs
↓
Suppression du média

La combinaison « baisse de format / perte d'audience » conduit à une disparition du média.
Les annonceurs se détourneront vers d'autres médias, très peu, voire non réglementés. Cela engendrera ainsi **une perte d'emplois locaux**.

- Réponse MO : la commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP





Demat 5-39 UPE

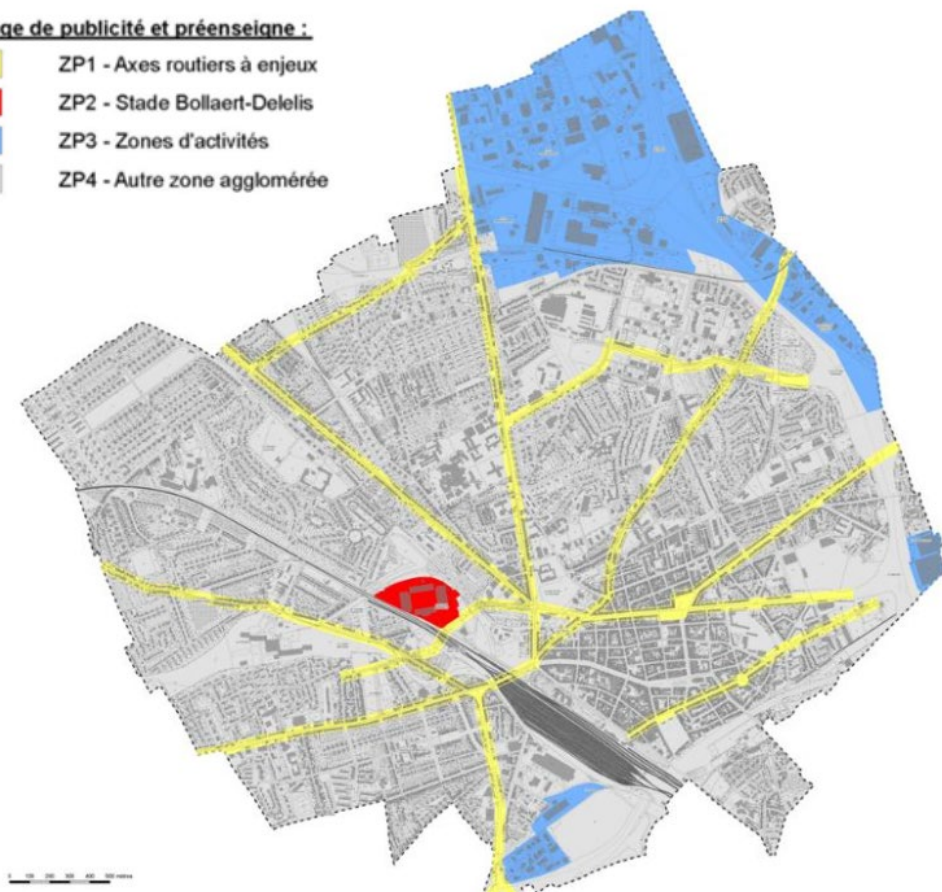
Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS

EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Zonage de publicité et préenseigne :

-  ZP1 - Axes routiers à enjeux
-  ZP2 - Stade Bollaert-Delelis
-  ZP3 - Zones d'activités
-  ZP4 - Autre zone agglomérée



Zone de Publicité n°1 (ZP1) - Axes routiers à enjeux : cette zone, matérialisée en jaune sur le plan annexé, concerne les axes de grande circulation ou ont été localisés dans leur majorité les dispositifs de publicité et de préenseignes ;

Zone de Publicité n°2 (ZP2) - Stade Bollaert-Delelis : cette zone reprend l'emprise du Stade Bollaert-Delelis matérialisée en orange foncé sur le plan annexé

Zone de Publicité n°3 (ZP3) - Zones d'activités : cette zone matérialisée en bleu sur le plan annexé regroupe les zones d'activités économiques, artisanales et industrielles reprises par le Plan Local d'Urbanisme (PLU).

Zone de Publicité n°4 (ZP4) - Autre zone agglomérée : cette zone matérialisée en gris sur le plan annexe comprend le reste du territoire de la commune de Lens.

Observation : *Nous adhérons à ce zonage simple en adéquation avec le milieu urbain : axes de circulation, zones d'activités, zones résidentielles*

Réponse MO : Pas de remarque à apporter

Demat 5-40 UPE

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Il est institué sur le territoire de la commune de Lens, au sens du code de l'environnement, des zones qui soumettent les publicités, les préenseignes et les enseignes à des prescriptions particulières complétant et adaptant celles du régime général du code de l'environnement.

Il est à noter qu'en vertu de l'article L581-14 du code de l'environnement, l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, la métropole de Lyon ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité **qui adapte** les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10. »

Ainsi, le RLP a pour objet principal d'adapter (et non de compléter) localement les seules dispositions du règlement national de publicité (RNP), issu du code de l'environnement.

Proposition : *Pour toutes ces raisons, il conviendra de supprimer la mention selon laquelle le RLP complète les dispositions du RNP.*

- Réponse MO : La remarque sera prise en compte et le projet de RLP modifié
-

Demat 5-41 UPE

Section 5: Délais de mise en conformité

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, les dispositifs de publicité extérieure (publicité, pré-enseigne et enseigne) présents sur la commune de Lens qui ne sont pas conformes aux dispositions du règlement local de publicité doivent se mettre en conformité selon différents délais :

Les enseignes ont un délai de 6 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du présent RLP.

Les publicités et préenseignes ont un délai de 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du présent RLP.

Par ailleurs, les dispositifs non conformes aux dispositions antérieures au RLP, doivent se mettre en conformité immédiatement.

Il est à noter qu'en vertu de l'article R581-88 du code de l'environnement, « Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur d'un règlement local de publicité prévu aux articles L. 581-14 et L. 581-14-4 qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce règlement peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit règlement »

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Proposition : *Pour toutes ces raisons, il conviendra de préciser que les délais de mise en conformité de 6 ans ou 2 ans courent à compter de l'entrée en vigueur du RLP.*

- Réponse MO : Les dispositions du code de l'environnement concernant la mise en conformité de l'ensemble des dispositifs ont été reprises dans le cadre du présent RLP. Aussi, la commune, à la lecture de ces dispositions, maintient la rédaction de cette section qui se borne à reprendre les délais légaux et règlementaires du code de l'environnement. Toutefois et pour être encore plus précis, la commune ajoutera dans cette section que le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité différents pour certains dispositifs particuliers.

Demat 5 - 42 UPE

La commune de Lens étant dotée d'un Règlement Local de Publicité, le Maire de la commune est l'autorité compétente pour connaître la réglementation relative à la publicité extérieure ainsi qu'à celle des enseignes

Il est à noter que depuis la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets et à défaut d'être transférées au président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par principe par le Maire au nom de la commune et ce, peu importe l'existence ou non d'un RLP (nouvel article L.581-3-1 du Code de l'environnement).

Proposition : *Pour toutes ces raisons, il conviendra d'intégrer les nouvelles dispositions de l'article L 581-3-1 du code de l'environnement au RLP.*

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet de RLP modifié

Demat 5 - 43 UPE

Section 6 - Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de préenseigne et d'enseigne

A noter, qu'en complément de cette déclaration ou autorisation, dans le cadre de travaux ayant pour objet de modifier l'aspect extérieur de la construction, il convient de déposer une demande de déclaration préalable de travaux ou de permis de construire conformément aux dispositions du code de l'urbanisme.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Le code de l'environnement soumet les publicités et préenseignes à déclaration préalable ou à autorisation préalable suivant le type de dispositifs envisagés. Ces dispositifs ne sont pas soumis aux déclarations ou autorisations de travaux prévues par le code de l'urbanisme. En effet, en application de l'article R*425-29 du code de l'urbanisme, « L'installation de dispositifs de publicité, enseignes ou pré-enseignes, régie par les dispositions du chapitre 1er du titre VIII du livre V du code de l'environnement, est dispensée de déclaration préalable ou de permis de construire »

Proposition : *Il conviendra donc de supprimer cette mention dans le futur RLP.*

- Réponse MO : La précision apportée par la commune à cette section vise à informer les pétitionnaires des différentes procédures à appliquer en fonction des projets qu'ils souhaitent développer. Aussi, la commune maintient cette précision dans son RLP, cette dernière apportant des informations en fonction des travaux prévus. La commune explicitera davantage cette précision pour bien distinguer la procédure applicable au titre du code de l'environnement de celle applicable au titre du code de l'urbanisme.

Demat 5 - 44 UPE

Les dispositifs équipés d'une passerelle ou de tout autre élément technique sont interdits.

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs. »

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Proposition : *Dans ces conditions, afin de tenir compte des obligations légales et réglementaires en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante :*

« Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- Réponse MO : La commune ne souhaite pas modifier cette disposition dans son RLP. En effet, les dispositifs publicitaires avec passerelles ou tout autre élément technique constituent des dispositifs imposants qui nuisent à l'environnement dans lequel ils s'intègrent. Aussi, la volonté de la commune est de supprimer ce type de dispositif sur son territoire dans un souci d'amélioration du cadre de vie des habitants.

Demat 5 - 45 UPE

Dispositions Générales

Article 9: Dispositions relatives aux bâches de chantier, bâches publicitaires et aux dispositifs de dimensions exceptionnelles et de petits formats

Les bâches publicitaires sont interdites, sous réserve des dispositions applicables à chaque zone.

Article 9.2 : Dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique sont interdits.

L'article 9 du projet de RLP interdit les bâches publicitaires dans l'ensemble du territoire et l'article 9.2 interdit les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles supportant de la publicité numérique.

Or, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont soumis à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités. Ainsi, il convient de ne pas interdire par principe ces outils de communication puisque ces dispositifs sont soumis à autorisation préalable.

Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des événements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés.

Proposition : *Dans ces conditions, nous préconisons donc de permettre l'implantation des bâches publicitaires en toute zone et d'appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.*

Nous demandons également de ne pas interdire à priori la publicité numérique sur les dispositifs de dimensions exceptionnelles.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- Réponse MO : Le code de l'environnement distingue deux types de bâches : les bâches de chantier et les bâches publicitaires. Les bâches de chantier sont autorisées dans le cadre du présent RLP. Concernant les bâches publicitaires, ces dernières ne sont autorisées que dans la ZP2 - Stade Bollaert. En effet, au regard de l'importance de cet équipement à envergure nationale et internationale, il a été choisi de permettre un mode de communication en relation avec cet équipement. Concernant les 3 autres zones, il n'a pas été jugé nécessaire d'autoriser les bâches publicitaires, car ces secteurs, au regard de leur morphologie urbaine et de leur fonctionnalité, ne répondent pas à ce type de besoin

Demat 5 - 46 UPE

Dispositions Générales

Article 11 : Dispositions relatives aux dispositifs lumineux

De plus, les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.

Ces derniers sont limités à un dispositif par commerce et par voie ouverte à la circulation et ne peuvent avoir une surface supérieure à 1m^2 .

Au regard de notre propre diagnostic, nous tenons à apporter les précisions suivantes :

Les dispositifs numériques en vitrine ne connaissent pas un développement surdimensionné. Ils sont effectivement présents en centre-ville car ils répondent à une communication de magasin de proximité. Il est notoire que leur présence se dilue en fonction de l'éloignement du centre.

La très grande majorité de ces écrans ont un format se situant entre $0,80\text{m}^2$ et 1m^2 .

quelques-uns avec un format 2m^2 pour répondre à un format standard national, avec généralement des efforts d'intégration au sein de l'espace vitrine.

Il n'y a généralement qu'un seul dispositif numérique par enseigne (mais parfois complété par de nombreux dispositifs éclairés).

Pour un même type d'activité, il nous paraît discriminatoire de se projeter sur des tailles ou nombre différents d'écrans autorisés.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

De plus, le projet de RLP autorise les enseignes lumineuses en vitrine avec une surface cumulée de 2 m² alors que les publicités lumineuses en vitrine voient leur surface limitée à 1 m². Ce projet de RLP multiplie les formats et gagnerait en simplicité en ne retenant qu'un format unique (2 m²) pour les dispositifs lumineux en vitrine.

Propositions :

Afin de tenir compte des multiples usages de ces dispositifs dans des espaces plus ou moins grands et soucieux de pouvoir offrir à l'ensemble des acteurs les mêmes possibilités d'exploitation, nous vous suggérons les propositions suivantes :

1 seul et unique dispositif numérique par façade et par rue.

. dans la limite de 2 m² par dispositif;

. extinction entre 23 h et 7 h du matin, lorsque l'activité de l'établissement a cessé, de la même manière que pour les enseignes (article 11) : et ce, sur l'ensemble du territoire.

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet modifié

Demat 5 - 47 UPE

Devanture commerciale : la devanture commerciale représente sur la façade d'un immeuble commercial tout élément extérieur qui exprime la présence d'un commerce.

Proposition : *Nous préconisons de reprendre la définition de la devanture commerciale donnée par le guide pratique relatif à la réglementation de la publicité extérieure du ministère de l'Environnement (page 210) :*

Devanture :

Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet modifié

Procès-Verbal de Synthèse

**REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024**

Demat 5 - 48 UPE

Dispositif numérique : un dispositif numérique est un dispositif lumineux comportant des diodes, leds et qui a pour objet d'afficher des images dynamiques et des vidéos.

Cette définition du dispositif numérique donnée par le lexique limite les exemples de technologie utilisable en ne tenant pas compte des autres technologies comme le LCD par exemple

Proposition : *Dans ces conditions, nous préconisons de ne pas dresser une liste exhaustive de technologies possibles*

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet modifié

Demat 5 - 49 UPE

Lexique

Dispositif publicitaire : un dispositif publicitaire renvoie à la fois à un dispositif de publicité et à un dispositif de préenseigne.

Proposition : *Il convient de reprendre expressément la définition donnée par le guide pratique relatif à la réglementation de la publicité extérieure du ministère de l'Environnement (page 211), l'application du régime de la publicité aux préenseignes est déjà rappelée au RLP :*

Dispositif (publicitaire) :

Terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode

Dispositions générales applicables à l'ensemble des zones

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, les publicités et préenseignes sont soumises au même régime. En conséquence, les dispositions énoncées dans le présent chapitre s'appliquent tant aux publicités qu'aux préenseignes. Les dispositions figurant à la suite de ce chapitre s'appliquent à l'ensemble des zones, sauf dispositions spéciales applicables dans chaque zone.

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet modifié

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Demat 5 - 50 UPE

Mur aveugle : un mur aveugle est un mur qui ne contient aucune ouverture (c'est-à-dire qui ne comporte notamment ni porte, ni fenêtre)

L'article R581-22 du code de l'environnement interdit la publicité « 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 mètre carré ».

Proposition : *Il convient d'appliquer, en la matière, les dispositions du règlement national de publicité (RNP) et de préciser au projet de règlement que les publicités murales peuvent être implantées sur les murs aveugles ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètres carrés.*

- Réponse MO : La commune a souhaité, dans son RLP, simplifier la compréhension et l'application des dispositions du code de l'environnement relatives aux dispositifs publicitaires apposés à un mur. Aussi, il a été décidé de n'autoriser ces dispositifs que sur les seuls murs aveugles ceci permettant une meilleure intégration de ces derniers dans leur environnement, d'autant plus si le dispositif mural est éclairé.

Demat 5 - 51 UPE

Chapitre 1 : Zone de Publicité no1 - Axes routiers à enjeux

Article unique : Dispositions relatives à la densité

La pose d'un dispositif de publicité est interdite sur les unités foncières au linéaire inférieur à 60m.

Au regard de l'urbanisation et du morcellement parcellaire constatés, le minimum de linéaire fixé à 60 mètres pour l'installation d'un dispositif paraît très élevé.

Cette règle de densité ne fait aucune distinction entre le linéaire d'un bâti seul sur son unité foncière et le linéaire d'une unité foncière comprenant de l'espace non bâti.

Cette longueur de 60 mètres est rarement existante sur des façades de maison de ville ne possédant pas de terrain, à l'image de l'exemple ci-après.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024



Imposer un linéaire minimum sur un support mural n'apporte aucune plus-value environnementale, le dispositif ne crée pas d'obstacle visuel car il s'appuie sur un objet préexistant.

Propositions :

Concernant les dispositifs muraux, nous demandons l'application de la règle de densité prévue au règlement national de publicité (RNP) avec une limitation à 1 seul dispositif par façade

Concernant les dispositifs scellés au sol, nous souhaitons l'application d'un linéaire minimale de 20 mètres pour l'installation d'un dispositif scellé au sol.

Cette simple application portée à 20 mètres a pour conséquence la dépose de près de 50% du parc.

- Réponse MO : La ZP1 identifie les axes routiers à enjeux ainsi que les entrées de ville qui leur sont liées. Ces axes représentent donc des secteurs stratégiques sur lesquelles la commune a souhaité intervenir pour améliorer le cadre de vie des habitants ainsi que l'environnement des entrées de ville, très souvent surchargées de publicité. Bien que la commune comprenne et entende la remarque de l'UPE et la nécessité de pouvoir bénéficier d'un média visible, elle ne souhaite pas modifier la règle de densité en ZP1. Toutefois, la commune étudiera l'impact d'une telle réglementation dans l'application de son RLP et pourra au besoin modifier cette règle si celle-ci paraissait inadaptée aux enjeux relevés.

Demat 5 - 52 UPE

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Chapitre 4 - Zone de publicité n°4 - Autre zone agglomérée

Article 3: Dispositions relatives aux dispositifs apposés au mur

Les dispositifs apposés au mur sont interdits.

Comme exposé précédemment, le média a besoin d'une couverture la plus large possible du territoire pour proposer aux annonceurs une audience maximale.

Un dispositif mural ne modifie en rien le champ visuel parce qu'il repose sur un obstacle préexistant.

Proposition : *Nous demandons d'autoriser en zone 4 les dispositifs muraux sous leur format standard de 8 m² d'affiche / dispositif à 10.50 m², encadrement inclus.*

- Réponse MO : La ZP4 regroupe essentiellement des secteurs urbains de type maisons individuelles ou cités minières. Dans certaines d'entre elles, de nombreux enjeux de mise en valeur du patrimoine ont été repérés en lien avec la protection liée aux monuments historiques. De plus, au regard du diagnostic effectué, très peu de dispositifs de publicité sont présents sur cette zone. Dès lors, à l'appui du diagnostic et dans le souci de la préservation du cadre de vie des Lensois et de la mise en valeur du patrimoine, la commune ne souhaite pas autoriser les dispositifs muraux dans cette zone.

Demat 5 - 53 UPE

Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis de la gare de Lens,

Propositions : *les règles suivantes :*

Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée :

Suppression de l'obligation d'un pied unique pour ce secteur. En effet, imposer des dispositifs de type monopied n'apporte pas de plus-value environnementale mais n'engendre uniquement que des coûts exorbitants non justifiés par des considérations circonstanciées relatives à la protection du cadre de vie :

Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec un format de surface d'écran de 2 m².

- Réponse MO : La commune ne souhaite pas créer de dispositions particulières pour les gares, leurs parvis ou tout autre équipement. Le RLP divise le territoire en différentes

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

zones qui ont été repérées en fonction de leur fonctionnalité et leur morphologie urbaine. Aussi, les dispositions du règlement se développent dans le cadre de ces zonages. La création de dispositions particulières pour les gares viendrait complexifier l'écriture réglementaire du RLP et porter atteinte à la cohérence même des zonages et du règlement. Enfin, la commune souligne que la gare est inscrite à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques et qu'elle fait également partie du bien inscrit à l'UNESCO.

Quant au parvis, ce dernier est situé en zone tampon UNESCO et de facto en abords du monument historique qu'est la gare. Les enjeux patrimoniaux sur ce secteur étant très forts, il n'est pas pertinent de permettre des règles plus permissives que celles inscrites dans le projet de RLP.

Demat 6-54 JCDecaux

Observation : La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de Lens en cours d'enquête publique. A ce titre, nous souhaitons vous faire part de quelques observations sur les règles relatives au mobilier urbain qui y sont inscrites.

En effet, traité de manière spécifique par les textes (sous-section dédiée à « l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire » au sein du Code de l'environnement), le mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire » (c'est-à-dire, un dispositif principalement, voire exclusivement, dédié à de la publicité commerciale).

Support de publicité qu'« à titre accessoire » (article R.581-42 du Code de l'environnement), le mobilier urbain a pour fonction principale de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers (abris voyageurs et service public des transports - article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, mobiliers d'informations et service public de l'information - Conseil d'Etat 10 juillet 1996 « Coisne », requête n°140606).

Cette spécificité a d'ailleurs été rappelée par les juges qui considèrent que « le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, (et] a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° /9NC02575, plus récemment TA Orléans 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Rennes, 13 avril 2023, requête n°2003094).

- Réponse MO Pas de remarque à apporter

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- Demat 6-55 JCD

Observation : Le mobilier urbain ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens. Ce sont les recettes publicitaires du mobilier urbain qui permettent de financer le modèle (installation, entretien, maintenance des mobiliers urbains tout au long du contrat) et les services qui lui sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques...), le tout participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

En outre, il est important de rappeler que, contrairement aux dispositifs publicitaires. L'implantation du mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité :

- par le contrat public qui en définit le nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation ;
- au titre des autorisations d'occupation du domaine public afférentes qui permettent à la collectivité de valider au cas par cas les implantations ;
- par le biais des formulaires de déclarations et autorisations préalables de publicité prévus par le Code de l'environnement (CERFA n° 14799*01 et n°14798*01);
- dans les périmètres protégés (notamment sites patrimoniaux remarquable et abords des monuments historiques) à l'appui des déclarations préalables de travaux prévues par le Code de l'urbanisme (CERFA n° 13404*10) qui sollicitent l'intervention de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).
- Réponse MO : pas de remarque à apporter si ce n'est que le contrat de mobilier urbain ne peut se substituer au Règlement Local de Publicité

Demat 6-56 JCD

Observation : Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante. En effet, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine conserve à tout moment la possibilité de refuser une implantation sur son territoire, et ce même si le RLP l'autorise au départ.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Sur la forme, le projet de règlement écrit prend soin de traiter de la « Publicité sur mobilier urbain » comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires classiques (cf. définition spécifique au sein de l'article Section 3 « Définitions générales » et article 7 « Dispositions relatives au mobilier urbain pouvant supporter de la publicité »), ce que nous approuvons.

- Réponse MO : pas de remarque

Demat 6-57 JCD

Dans cette optique et en vue de parfaire la bonne compréhension du futur régime du RLP,

Proposition : *nous préconisons :*

- *D'insérer la mention suivante au sein du paragraphe « Section 3 : Définitions générales » :*

« La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le présent RLP ».

- Réponse MO : Le Titre 1 Section 3 traite des définitions légales des différents dispositifs faisant l'objet du présent RLP.
- Aussi, la commune ne trouve pas pertinent d'ajouter cette précision à cette section. Toutefois, cette précision sera apportée au Titre 3 Section 2 Article 7 traitant du mobilier urbain et remplacera la première phrase de l'article.

Demat 6-58 JCD

Proposition : *D'amender le lexique du projet de RLP (Titre II) en modifiant la définition des « dispositifs publicitaires » et en amendant l'article 7 du règlement portant sur le mobilier urbain, comme suit :*

- *« Dispositif (publicitaire) : ~~dispositif publicitaire ; un dispositif publicitaire renvoie à la fois à un dispositif de publicité et à un dispositif de préenseigne.~~ Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode ».*

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

N.B.: la Section 2 du Titre III du RIP rappelle déjà le régime opposable aux dispositifs de préenseignes et conformément aux dispositions du code de l'environnement, les publicités des préenseignes sont soumises au même régime».

*• * Conformément au code de l'environnement. le mobilier urbain supportant de la publicité est limitativement énuméré :*

- *Les abris destinés au public :*
- *Les kiosques à journaux et les autres kiosques d'usage commercial édifiés sur le domaine public :*
- *Les colonnes porte-affichages :*
- *Les mâts porte-affichages :*
- *Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires.*

Le mobilier urbain ne supportant qu'à titre accessoire de la publicité, il n'est pas considéré au titre du présent RLP comme un dispositif (publicitaire).

- Réponse MO : Concernant la demande de modification de la définition d'un dispositif publicitaire, la commune souhaite suivre la remarque de la société JCDecaux et modifiera son projet de RLP.
- Concernant la deuxième remarque : Le code de l'environnement traite effectivement de manière différenciée la publicité et la publicité supportée par le mobilier urbain. Le présent RLP reprend cette distinction en prévoyant des dispositions spécifiques pour le mobilier urbain supportant de la publicité. Néanmoins, les dispositions relatives au mobilier urbain comme support publicitaire figurant à la section 2 intitulée "Publicité" du titre VIII du Livre V de la partie réglementaire du code de l'environnement et n'étant pas clairement distinguées des publicités, la commune ne souhaite pas suivre la proposition qui consiste à affirmer que le mobilier urbain, au titre du RLP, n'est pas considéré comme un dispositif publicitaire.

Demat 6-59 JCD

Proposition : *de ne pas employer le vocable de « dispositif » vis-à-vis du mobilier urbain (exemple à l'article 7 titre III : « Les ~~dispositifs~~ mobiliers urbains numériques sont autorisés »)*

- Réponse MO : la commune ne souhaite pas prendre en compte cette remarque

Demat 6-60 JCD

Procès-Verbal de Synthèse

**REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024**

Observation : Sur le fond, nous craignons que certaines orientations limitent les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire, ce qui aurait pour conséquence immédiate de réduire le financement du mobilier urbain par la publicité et donc, de restreindre les services pouvant être offerts aux collectivités et ses usagers.

En effet, nous relevons au projet de RLP la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité » (article 7 du RLP).

Or, ces dispositions générales, insérées en section 2 du projet, contiennent notamment des dispositions en matière de densité (article 2) et des contraintes d'implantation vis-à-vis des dispositifs (publicitaires) scellés au sol avec imposition du « monopied » et la limitation aux dispositifs de type « double-face » (article 4).

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP.

Demat 6-61 JCD

Observation : D'une part, il est à rappeler sur ce point que le mobilier urbain publicitaire n'est soumis à aucune règle de densité au titre du Code de l'environnement (non-opposabilité de l'article R.581-25). D'autre part, il n'est pas nécessaire que le futur RLP prévoit des contraintes d'implantation et/ou d'exploitation des publicités sur mobilier urbain alors que la collectivité en conserve l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix. Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire fait en effet l'objet d'une étude au cas par cas et d'un aval préalable des services avant toute installation. Par ailleurs, dans les périmètres protégés (abords monuments historiques notamment), l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France est requis, Ainsi, la Ville, comme l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en périmètres protégés, peuvent refuser **toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée**, même lorsque ce dernier est autorisé par le biais du RLP. Enfin, lorsqu'il supporte de la publicité lumineuse (mobilier urbain numérique), il est soumis à l'autorisation prévue à l'alinéa 3 de l'article L.581-9 du Code de l'environnement, laquelle tient nécessairement compte du « cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement » (article R.581-15 dudit Code).

Réponse MO : La commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Demat 6- 62 JCD

Si l'opposabilité de ces contraintes était maintenue dans le texte approuvé, il est à noter qu'elles remettraient en cause l'ensemble des implantations de mobiliers urbains d'informations présents sur le territoire (90 mobiliers urbains d'informations 2m² de type bipied) ainsi que les colonnes culturelles qui ne répondent nécessairement pas à l'exigence du « double face » et à la limitation du format prévue de 3m² prévue à date vis-à-vis de tout type de mobilier urbain (dernier alinéa de l'article 7).

Proposition : *En conséquence, nous préconisons de supprimer la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité » et d'autoriser le mobilier urbain publicitaire en toutes zones du RLP, en le maintenant sous le régime prévu par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.*

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP.

Demat 6-63 JCD

Proposition : *En outre, nous préconisons de maintenir la levée de l'interdiction relative de publicité prévue à l'égard du mobilier urbain en abords de monuments historiques (article 12 du RLP).*

Réponse MO : L'article 12 du projet de RLP dispose que dans les abords de monuments historiques, le RLP, conformément à l'article L-581-8 du code de l'environnement, autorise la réintroduction de la publicité sur mobilier urbain.

Demat 6-64 JCD

Proposition : *Enfin, vis-à-vis du format de publicité autorisé, nous préconisons de faire préciser au règlement que cette mesure ne concerne que les mobiliers urbains d'informations prévus à l'article R.581-47 du code de l'environnement. En effet, pour les quatre autres types de mobiliers urbains, le code de l'environnement prévoit d'ores et déjà des contraintes de format à leur égard (articles R.581-43 à R.581-46).*

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

- Réponse MO : La commune prend en compte la demande de précision formulée concernant les contraintes de format pour le mobilier urbain et précisera donc à quel type de mobilier urbain le format s'appliquera.

- **COURRIELS** : *aucune contribution*

- **ADRESSE ELECTRONIQUE** : *aucune contribution*

7 REMARQUES du CE

- Synthèse des avis : Les personnes publiques associées ont dans leur ensemble été favorables au projet de Révision avec quelques remarques
 - Détail des avis :
 - PPA : 26
 - 3 ont donné un avis favorable
 - 4 ont donné un avis favorable avec remarques
 - 13 n'ont pas répondu ce qui équivaut à un avis favorable
 - Associations
 - 3 associations n'ont pas répondu ce qui équivaut à un avis favorable
 - Professionnels de la Publicité
 - 1 professionnel de la publicité a émis 17 propositions
 - 1 syndicat professionnel a émis 35 propositions
 - Entreprise
 - 1 n'a pas répondu ce qui équivaut à un avis favorable

Synthèse des Professionnels : Les observations et contributions sont principalement venues du syndicat professionnel UPE et du professionnel de la publicité JC Decaux.

- UPE (35 observations/propositions) et JC Decaux (6 propositions)

La procédure de concertation préalable en 2023 a été bien menée et échelonnée sur une grande durée ce qui a permis une bonne participation du public et des commerçants lors des 2 tables rondes et des 3 réunions publiques ce qui a sûrement eu pour conséquence la faible participation du public aux 3 permanences de l'enquête publique en 2024.

La commune a répondu de manière relativement précise à toutes les propositions et observations faites par les PPA et les autres contributeurs UPE et JC Decaux.

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

Je constate que beaucoup de modifications suite à la concertation préalable et à l'enquête publique sont bien prises en compte par la ville.

Le sujet principal des professionnels est de pouvoir préserver leur métier tout en prenant en compte les objectifs de la ville. Leurs remarques concernent beaucoup les dispositifs à changer ou supprimer mais ils ne semblent pas opposés au projet car ils réclament du temps et le respect des délais de mise en conformité. Ils souhaiteraient aussi fixer de 23h à 7h les heures d'arrêt des dispositifs lumineux

Le point important à fixer par la ville est celui du linéaire de 60 m à faire évoluer et cela préoccupe beaucoup les professionnels qui ont émis des propositions dans ce sens. La règle de densité est donc à revoir et il y a là des attentes réelles des professionnels

Les PPA sont très concernés par la préservation des sites et des paysages, du cadre de vie et de la gestion équilibrée de l'espace. Ils sont aussi préoccupés de la préservation des abords des sites monuments historiques et des entrées de ville

Il me semble en analyse globale que la commune a répondu favorablement à de nombreuses propositions montrant par là son ouverture au dialogue constructif avec tous les intervenants et qui s'est traduit par un climat paisible et ouvert aux discussions et aux compromis, chacun prenant en compte les objectifs de l'autre.

Mes échanges avec les professionnels se sont produits le dernier jour d'enquête et font état de la participation de la ville de Lens qui a une bonne qualité d'écoute (mentionnée plusieurs fois par ces professionnels) en voulant faire avancer les choses et les adapter de manière cohérente et pertinente.

8 SIGNATURES

- Il est demandé au Maître d'ouvrage de transmettre au Commissaire enquêteur son avis et ses arguments de réponse à chacune des observations dans un délai de 15 jours soit **au plus tard le 21 Mai 2024**. Au-delà de cette date, il ne pourra pas être pris en compte pour la rédaction des conclusions.

Reçu Le 16 Mai 2024

Le Commissaire Enquêteur

Roger VALET

Transmis le 16 Mai 2024

Pour le Maire de LENS

Mr Arnaud BOUSIAC

Procès-Verbal de Synthèse

REVISION DU REGLEMENT Local de Publicité de la Ville de LENS
EP 23000 158/59 du 3/1/2024

**Révision du
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)
de la Ville de LENS**

Enquête Publique du Lundi 15 Avril 2024 à 9h
au Vendredi 3 Mai 2024 à 17h

Commissaire Enquêteur Roger VALET

RAPPORT

Rapport
Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

TABLE des MATIERES

1	Glossaire.....	3
2	Lexique	3
3	Préambule	6
4	Généralités	7
5	Cadre Général de l'Enquête	8
6	Présentation Générale du Projet.....	12
7	Diagnostic Publicitaire du Territoire Lensois.....	13
8	Les Secteurs à Enjeux sur le territoire	14
9	Enjeux Relevés -	15
10	Objectifs et Orientations	16
11	Organisation de L'Enquête.....	17
12	Procédure avant l'Enquête	18
13	Synthèse des Avis, Contributions et Remarques au regard de la révision	23
14	Prolongation de l'Enquête :	62
15	Evènements Particuliers.....	62
16	Climat Général de l'Enquête.....	62
17	Annexes.....	62
18	Réflexions du Commissaire Enquêteur	63
19	Avis global du Commissaire Enquêteur sur cette partie	63

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

1 Glossaire

ACV	Action Cœur de Ville
CALL	Communauté d'Agglomération Lens Liévin
CDNPS	Commission Départementale Nature Paysages et Sites
CM	Conseil Municipal
EP	Enquête Publique
INSEE	Institut National Statistiques
MO	Maître d'Ouvrage / Maître d'œuvre
OPAH-RU	Opération Programmée de l'Amélioration de l'Habitat-Rénovation Urbaine
PPA	Personnes Publiques Associées (et/ou Consultées : PPC)
PLU	Plan Local d'Urbanisme
RLP	Règlement Local de Publicité
RNP	Règlement National de Publicité
TLPE	Taxe Locale de Publicité Extérieure
ZE1	Zone d'Enseignes no 1
ZP1	Zone de Pré-Enseignes no 1
ZPR	Zone de Publicité Restreinte
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture

2 Lexique

Arête : l'arête représente l'angle formé par l'intersection de deux murs.

Bandeau support : un bandeau support est fixé au mur, sur lequel est également positionnée une enseigne en bandeau.

Caisson lumineux : un caisson lumineux est un dispositif qui intègre une source lumineuse à l'intérieur, éclairant ainsi le panneau qui supporte un dispositif de publicité extérieure.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Champ de visibilité : le champ de visibilité fait référence à la portée visuelle et à l'étendue de la visibilité d'un support publicitaire depuis un monument historique. Cette notion est reprise dans le code du patrimoine.

Chevalet : un chevalet est un type de support posé au sol sans ancrage. Installé sur le domaine public, le chevalet est constitutif d'une publicité ou d'une préenseigne. Installé sur l'unité foncière où s'exerce l'activité signalée, le chevalet est constitutif d'une enseigne posée au sol.

Clôture : une clôture est une enceinte qui est destinée à séparer deux propriétés.

Devanture commerciale : la devanture commerciale représente sur la façade d'un immeuble commercial tout élément extérieur qui exprime la présence d'un commerce.

Dispositif lumineux : un dispositif lumineux est un dispositif au concours duquel participe une source lumineuse.

Dispositif numérique : un dispositif numérique est un dispositif lumineux comportant des diodes, leds et qui a pour objet d'afficher des images dynamiques ou des vidéos.

Dispositif publicitaire : un dispositif publicitaire renvoie à la fois à un dispositif de publicité et à un dispositif de préenseigne.

Dispositif de publicité de dimensions exceptionnelles (article R.581-56 du code de l'environnement) : un dispositif de publicité de dimensions exceptionnelles est un dispositif utilisé pour des manifestations temporaires.

Dispositif installé au sol : un dispositif installé au sol est un dispositif ne présentant aucune fixation au sol.

Dispositif scellé au sol : un dispositif scellé au sol est ancré dans le sol au moyen d'un scellement durable.

Egout du toit : l'égout du toit correspond à la limite basse d'un toit sur laquelle ruissellent les eaux de pluie.

Enseigne en applique : une enseigne en applique représente une enseigne située sur la devanture commerciale apposée ou non sur un support bandeau. Elle est située en dessous de l'enseigne en bandeau.

Enseigne en bandeau : une enseigne en bandeau est située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Enseigne en lambrequin : l'enseigne sur lambrequin est située sur l'avant d'un store-banne ou est située sur le lambrequin servant à la dissimulation des dispositifs de volets roulants.

Enseigne parallèle à la façade : l'enseigne parallèle à la façade est un dispositif posé à plat, parallèlement au mur qui la supporte.

Enseigne perpendiculaire à la façade : l'enseigne perpendiculaire à la façade est un dispositif qui est scellé au mur et positionné perpendiculairement à ce dernier. Enseigne en façade : l'enseigne en façade désigne à la fois l'enseigne parallèle et l'enseigne perpendiculaire.

Façade commerciale : La façade commerciale se localise sur la partie de l'immeuble où se déroule une activité commerciale.

Immeuble : au sens juridique du terme, un immeuble désigne à la fois un terrain et un immeuble au sens d'une construction.

Monument historique : un monument historique est un meuble ou immeuble, qui, par une décision administrative, se voit adjoindre un cadre juridique visant à le protéger du fait de son intérêt historique, artistique ou architectural.

Mur aveugle : un mur aveugle est un mur qui ne contient aucune ouverture (c'est-à-dire qui ne comporte notamment ni porte, ni fenêtre).

Patrimoine UNESCO : le patrimoine de l'UNESCO désigne un ensemble de biens culturels et naturels présentant un intérêt exceptionnel pour l'héritage commun de l'humanité. En l'occurrence, le Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais dont fait partie la commune de Lens, a été inscrit sur la liste du Patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO reconnaissant ainsi la valeur universelle exceptionnelle de ce paysage culturel dont il convient de protéger l'évolution.

PLU : le Plan Local d'Urbanisme est un document d'urbanisme qui traduit le projet d'aménagement à l'échelle d'une commune ou d'un regroupement de commune. Le Plan Local d'Urbanisme vient donc règlementer l'usage des sols par différentes règles et prescriptions à respecter.

RLP : le Règlement Local de Publicité est un règlement qui a pour but de fixer des règles relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes à l'échelle d'une commune ou d'un regroupement de communes. Il est à noter que les règles contenues dans un RLP sont nécessairement plus strictes que celles figurant dans le RNP (Voir définition du RNP ci-après).

RNP : le Règlement National de Publicité est un ensemble de dispositions législatives et réglementaires fixées dans le code de l'environnement et qui viennent réglementer au niveau national les différents dispositifs de publicités, d'enseignes ou de pré-enseignes.

Saillie : la saillie désigne la distance entre le dispositif et le nu extérieur de la façade.

Sobriété énergétique : la sobriété énergétique désigne la réduction de la consommation énergétique.

Unité foncière : ilot composé d'une ou de plusieurs parcelles appartenant au même propriétaire et d'un même tenant.

Vitrophanie : la vitrophanie est un autocollant appliqué sur une vitrine d'un commerce ou sur une baie de toute autre établissement.

Voie ouverte à la circulation : au sens de l'article R.581-1 du code de l'environnement, il s'agit d'une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

3 Préambule

La politique publique relative à la publicité extérieure s'inscrit dans un objectif de qualité du cadre de vie. Elle vise à réduire l'impact des panneaux publicitaires dans l'espace public par une diminution du nombre de dispositifs, une réduction des formats et des règles de limitation des nuisances lumineuses dans un contexte de sobriété énergétique et de préservation de la biodiversité nocturne.

Les prescriptions relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes sont codifiées aux articles L581-1 et suivants ainsi qu'aux articles R581-1 et suivants du code de l'environnement. Ces règles visent les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés. Elles s'appliquent aux dispositifs extérieurs visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Dans une volonté d'améliorer le cadre de vie et l'environnement de ses habitants, la commune de Lens s'est dotée d'un Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé par son Conseil Municipal en séance du 23 juin 2011. L'élaboration de ce document, réalisé en lien avec les professionnels du secteur, les commerçants et les habitants avait permis à cette époque de mieux encadrer l'affichage des panneaux publicitaires sur le territoire, d'harmoniser les enseignes, notamment en centre-ville, de faire du Maire l'autorité compétente en matière de publicité, de préenseigne et d'enseigne sur la commune et d'adapter les règles nationales au niveau local pour tenir compte des particularités du territoire communal.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Cette révision 2024 du RLP est l'occasion de mettre en valeur le patrimoine du territoire avec l'ensemble des acteurs locaux. Le RLP est un document qui vient règlementer les publicités, les pré-enseignes et les enseignes sur le territoire communal. Ce document revêt aussi une importance particulière pour la mise en valeur des commerces du centre-ville tout en mettant en valeur le patrimoine architectural.

Le RLP a pour but de gérer les affichages afin d'en règlementer le nombre, la taille, la forme, leur insertion dans le paysage, dans un souci de réduction de la pollution visuelle, de développement durable, d'amélioration et de préservation du cadre de vie des habitants.

Ce nouveau RLP doit prendre en compte le patrimoine minier et architectural remarquable de la commune, reconnu au travers de la protection des Monuments Historiques et par l'inscription du Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais au Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO.

Ce document doit répondre aux attentes des professionnels du secteur et des commerçants en leur permettant de pouvoir exercer leur rôle d'afficheurs et permettre une meilleure visibilité de leur activité en préservant le cadre de vie des Lensois et en se conformant aux nécessaires objectifs de sobriété énergétique.

4 Généralités

4.1 Contexte territorial

La ville de LENS compte 32820 habitants au 1^{er} Janvier 2024 et fait partie de la Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin (CALL) qui compte 36 communes et 241 268 habitants

4.2 La Démographie :

- 1968-1990 : une période avec une baisse démographique à la suite d'un solde migratoire négatif et consécutif à la fermeture des mines ;
- 1990-2008 : une période de légère croissance démographique ;
- 2008-2019 : un déclin démographique qui tend à se stabiliser et amorce un inversement ;
- Le seuil démographique : En fonction du nombre d'habitants de chaque commune, le code de l'environnement prévoit des règles différentes en matière de règlement local de publicité. La réglementation des publicités, pré-enseignes et enseignes est variable selon le nombre d'habitants où elles sont installées

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

- La commune de Lens est concernée par les dispositions pour les agglomérations peuplées de plus de 10 000 habitants et appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Le territoire est donc concerné par les règles nationales les plus permissives au sujet de la publicité extérieure. De plus, certains dispositifs ne sont acceptés que pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Il s'agit de la publicité numérique sur mobilier urbain, des bâches publicitaires et des dispositifs publicitaires à dimensions exceptionnelles.

Le seuil démographique de la commune de Lens conditionne également les conditions d'installations des dispositifs de publicité extérieure :

- Obligation de disposer d'une autorisation écrite du propriétaire de la parcelle (article L.581-24) ;
- Extinction des publicités lumineuses entre 1h et 6h du matin excepté celles supportées par le mobilier urbain affectés aux services de transports (article R.581-35) ;
- Limitation de la densité des dispositifs publicitaires en fonction du linéaire de façade sur rue (article R.581-25) ;
- Obligation de mentionner nom et adresse, dénomination ou raison sociale de celui qui a apposé ou fait apposer la publicité (article L.581-5) ;
- Maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement (article R.581-24).

5 Cadre Général de l'Enquête

23/6/2011 La ville de Lens a approuvé son Règlement Local de Publicité (RLP) au cours de la réunion du Conseil Municipal

Depuis sont apparues de nouvelles formes de communication et de publicité, des nouveaux projets d'enseignes, l'inscription du bassin minier à l'UNESCO et la modification du PLU de LENS

26/05/2021 le Conseil Municipal (CM) de LENS a élaboré les modalités de la concertation préalable concernant le RLP

09/06/2023 le C M de LENS a élaboré la procédure de révision générale du RLP avec un débat sur les objectifs et les orientations de ce RLP

06/12/2023 le C M de LENS a fait le bilan de la concertation préalable et a arrêté le projet de révision du RLP (Enjeux, Objectifs, Orientations, Choix retenus)

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

5.1 CONTEXTE législatif

12/07/2010	Loi ENE (Engagement National pour l'Environnement)
30/01/2012	Décret 2012-118 sur la publicité extérieure, enseignes et pré-enseignes
25/03/2014	Instruction Gouvernementale (publicités, enseignes et pré-enseignes)
22/08/2021	Loi Climat et Résilience : réglementation de l'affichage publicitaire
30/10/2023	Décret 2023-1007 : surfaces des publicités, enseignes, pré-enseignes
23/11/2023	LOI Climat et Résilience : modifications à compter du 1/1/2024 (Maire, Police de la Publicité sur leur territoire)
29/12/2023	<p>La loi du 29 décembre 2023 de finances pour 2024 a été publiée au Journal officiel du 30 décembre 2023. L'entrée en vigueur de la décentralisation de la police de la publicité au 1er janvier 2024 était conditionnée à la fixation des mesures de compensation prévues pour les collectivités territoriales par la loi de finances pour 2024.</p> <p>L'article 250 de la loi de finances prévoit d'adosser la compensation au concours particulier de la dotation générale de décentralisation dédié au financement de différents types de documents d'urbanisme en élargissant le périmètre des documents administratifs éligibles aux règlements locaux de publicité. L'article 250 vient également supprimer la disposition initialement prévue par la loi Climat et Résilience relative au transfert automatique vers les EPCI à fiscalité propre non compétents en matière de PLU ou de RLP pour les communes de moins de 3 500 habitants. Ainsi, dans les EPCI-FP n'exerçant ni la compétence PLU ni la compétence RLP, le maire restera détenteur du pouvoir de police indépendamment de la taille de sa commune</p>
29/12/2023	Décret 2023-1409 Le code de l'environnement est mis à jour dans sa partie réglementaire portant modification de diverses

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes, aux pré-enseignes et aux paysages. Son principal objet est de mettre en cohérence la partie réglementaire du code de l'environnement avec la décentralisation de la police de la publicité :

- La modification, au sein des articles réglementaires du code, de la référence à l'autorité compétente en matière de police de la publicité, sur le modèle de ce qui a été fait à l'article 17 de la loi Climat & Résilience pour la partie législative du code ;
- La mise en place d'un guichet unique auprès du maire pour le dépôt des déclarations préalables et demandes d'autorisation préalable, à l'image de ce qui existe en matière d'urbanisme, dans un objectif de simplification pour les demandeurs et afin de leur garantir un service de proximité ;
- Le renvoi à l'application des règles du code des relations entre le public et l'administration relatives à la saisine par voie électronique.

5.2 CADRE JURIDIQUE

Les articles suivants s'appliquent dans cette révision :

Code Environnement	L123-1, L123-2, L123-9 à L123-13, L581-14-1 R123-3, R123-5 à R123-23 R581-1 à R581-21
Code Urbanisme	L153-10 et R153-8

5.3 BILAN du RLP actuel

- Le Règlement Local de Publicité de la ville de Lens a été approuvé en 2011.
- Il fixe des règles pour différentes typologies de publicité, préenseigne et enseigne.
- Le RLP définit cinq zones pour la publicité et préenseigne.
- Le RLP actuel ne répond plus aux enjeux de protection du cadre de vie.
-
- La commune de Lens a approuvé la révision de son Plan Local d'Urbanisme en décembre 2020.
- Des lacunes sont identifiées dans le RLP actuel concernant les évolutions réglementaires et technologiques.
- Le territoire a regagné en attractivité, motivant une révision du RLP.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Paysages et patrimoines

- La ville de Lens est située sur une plaine avec des éléments de relief comme les crêtes de Pinchonvalles et les terrils.
- Lens intègre la famille des "Paysages Miniers" selon l'Atlas des paysages du Nord - Pas-de-Calais.
- Lens est au cœur de la Trame Verte et Bleue du bassin minier du Nord-Pas-de-Calais.
- Le patrimoine mondial de l'UNESCO de la ville de Lens est le Bassin Minier, inscrit depuis 2012.
- Le patrimoine vernaculaire correspond à des édifices traditionnels sans réglementation spécifique.

Monuments historiques et patrimoine mondial

- La publicité est interdite sur les monuments historiques inscrits et classés.
- La ville de Lens est reconnue pour son patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2012.
- L'inscription au patrimoine mondial n'entraîne aucune obligation réglementaire en matière de publicité.
 - Les édifices reconstruits à Lens sont des édifices de prestige avec des façades personnalisées.

Patrimoine bâti protégé

- Les Monuments Historiques interdisent la publicité.
- La reconnaissance au patrimoine mondial de l'UNESCO n'implique pas de contraintes réglementaires en matière de publicité.
- Le patrimoine vernaculaire est constitué d'édifices caractéristiques sans protection spécifique.

Révision du PLU de Lens

- La commune de Lens a identifié des séquences d'immeubles et des immeubles en centre-ville lors de la révision de son PLU.
- Les édifices reconstruits à Lens datent de la Première Reconstruction après la Première Guerre Mondiale.
- Certains immeubles en centre-ville ont des façades personnalisées selon différents courants artistiques.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

6 Présentation Générale du Projet

6.1 CONTENU : Liste des 20 pièces jointes au dossier d'enquête publique

1. Note de présentation de l'enquête publique	1 page
2. Délibération de prescription de la révision du RLP	5 pages
3. Délibération actant débat sur les objectifs et orientations	4 pages
4. Délibération tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet	5 pages
5. Bilan de la concertation	110 pages
6. Arrêté d'ouverture de l'enquête publique	2 pages
7. Rapport de présentation	149 pages
8. Règlement littéral	40 pages
9. Zonage publicité et préenseigne	1 page
10. Zonage enseigne	1 page
11. Avis Chambre Régionale d'Agriculture	1 page
12. Contribution JCDecaux	3 pages
13. Avis Architecte des Bâtiments de France	2 pages
14. Avis Communauté d'Agglomération Lens-Liévin	2 pages
15. Avis Commune d'Eleu-dit-Leauwette	1 page
16. Avis Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites	1 page
17. Rapport de la DDTM sur le projet de révision du RLP	10 pages
18. Avis Union de la Publicité Extérieure	6 pages
19. Avis Conseil Départemental du Pas-de-Calais	3 pages
20. Mémoire en réponse aux avis des personnes publiques associées	23 pages

6.2 DISPOSITIFS

- Les publicités
- Les mobiliers urbains
- Les pré-enseignes
- Les enseignes
- Des dispositifs non réglementés
- Un affichage d'expression libre ou d'opinion
- Des dispositifs lumineux

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

6.3 CADRE REGLEMENTAIRE

- Des périmètres environnementaux et urbains
- Des seuils démographiques
- Des règles de densité
- Des compétences de police
- Une réglementation nationale

7 Diagnostic Publicitaire du Territoire Lensois

Recensement des dispositifs publicitaires

- Un diagnostic publicitaire a été réalisé pour recenser les dispositifs publicitaires sur le territoire lensois. (publicités, pré-enseignes et enseignes)
- 328 dispositifs sont présents sur la commune de Lens, majoritairement des publicités et des publicités sur mobilier urbain.
- Répartition des dispositifs selon le type et la localisation.

Analyse des publicités

- 120 publicités recensées, principalement sur les axes structurants et les entrées de ville.
- Répartition des publicités selon leur format et leur conformité aux règlements nationaux et locaux.
- Les publicités sont moins conformes à la réglementation locale qu'à la réglementation nationale.

Analyse des pré-enseignes

- 44 pré-enseignes recensées, localisées en frange Ouest du centre-ville et sur certains axes structurants.
- Répartition des pré-enseignes selon leur format et leur conformité aux règlements nationaux et locaux.
- Les pré-enseignes sont également moins conformes à la règle locale qu'à la réglementation nationale.

Analyse des publicités sur mobilier urbain

- 127 dispositifs de publicités sur mobilier urbain présents, majoritairement en centre-ville.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Répartition des publicités sur mobilier urbain selon leur type et leur conformité aux règlements.
- Présence de mobiliers urbains numériques sur les entrées de ville de Lens.

Infractions relevées pour les publicités et pré-enseignes

- 81,5% des publicités et pré-enseignes sont non conformes à au moins un des deux règlements.
- Principales infractions concernent la densité d'implantation des dispositifs.
- Infractions relevées par rapport au RNP et au RLP, avec des exemples précis d'infractions.

Analyse des enseignes

- Pas de recensement exhaustif des enseignes, mais repérage des grandes typologies présentes sur la commune.
- Six typologies d'enseignes identifiées
- Les principales infractions à la réglementation nationale concernent les enseignes en bandeau

Cadre de Vie

- Il y a une obsolescence des formats utilisés pour la publicité, une absence de limitation des périodes d'éclairage et une absence de zones d'interdiction, ce qui laisse supposer que les dispositifs publicitaires, en particulier les grands formats, peuvent avoir un impact visuel important sur le paysage lensois. Les densités élevées de dispositifs, particulièrement le long de la route de La Bassée et de la route d'Arras, sont également pointées du doigt pour la densité d'implantation, ce qui suggère un impact négatif sur le cadre de vie en matière de surcharge visuelle et de dénaturation des paysages urbains et périurbains.

8 Les Secteurs à Enjeux sur le territoire

Encadrement de la densité des dispositifs de publicité et préenseigne scellés au sol.

Limitation des dispositifs scellés au sol de grande taille.

Le Centre-Ville

- Concentration de commerces, services et équipements générateurs de déplacements.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Reconnaissance réglementaire de la qualité patrimoniale du centre-ville.
- Privilégié pour l'affichage publicitaire nécessitant un encadrement particulier.

Les zones d'activités économiques

- Gérées par la Communauté d'Agglomération Lens-Liévin.
- Impact visuel des publicités sur la qualité et lisibilité des zones.
- Besoin de développer les Relais d'Information Service aux abords des entrées de zone.

Le stade Bollaert-Delelis

- Identité sportive du territoire avec la présence du stade.
- Secteur attractif pour les annonceurs en raison du nombre important de personnes.
- Réflexion nécessaire pour adapter la publicité à ce secteur particulier.

Autres zones agglomérées

- Secteurs à dominante d'habitat avec présence de commerces et activités économiques.
- Préservation et amélioration de la qualité visuelle pour préserver le cadre de vie des habitants.
- Réflexion sur le maintien de dispositifs publicitaires de grande taille.

9 Enjeux Relevés -

9.1 Publicité et Pré-enseignes

- Mise en valeur des enjeux patrimoniaux.
- Limitation de la densité des publicités en entrée de ville et le long des axes structurants.
- Intégration de la sobriété énergétique pour les dispositifs de publicité.

9.2 Enjeux Relevés – Enseignes

- Amélioration de l'ambiance d'achat dans le centre-ville.
- Adaptation des enseignes aux façades commerciales.
- Proposer des règles différentes en fonction des quartiers.
- Réflexion sur la publicité en centre-ville

9.3 Questions :

- Sur la nécessité de la publicité en centre-ville autre que sur un mobilier urbain.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Limiter le format (4x3) et la densité des publicités
- Intégrer la notion de sobriété énergétique pour les dispositifs de publicité.
- Réflexions sur les enseignes
 - Assouplir les contraintes en zone d'activité industrielle.
 - Proposer des règles différentes en fonction des quartiers.
 - Suppression des enseignes obsolètes

10 Objectifs et Orientations

- Objectifs prescrits lors de la délibération de la révision du RLP
 - Mise à jour du RLP par rapport aux évolutions législatives en matière d'environnement.
 - Adaptation du RLP aux évolutions technologiques depuis 2011.
 - Prise en compte de la dimension patrimoniale locale.
 - Articulation du RLP avec les politiques locales.
 - Équilibre entre besoins économiques et enjeux climatiques.
 - Adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure.
- Objectifs issus de la phase de diagnostic et de la concertation
 - Amélioration du cadre de vie et renforcement de l'identité du territoire.
 - Redynamisation de l'activité commerciale en centre-ville.
 - Mise en valeur du patrimoine architectural lensois.
- Orientations pour atteindre les objectifs
 - Amélioration du cadre de vie, la redynamisation commerciale et la lutte contre le dérèglement climatique.
 - Harmonisation des dispositifs, suppression des dispositifs obsolètes.
 - Accompagnement des commerçants et professionnels du secteur.
 - Assouplissement de la réglementation pour favoriser la sobriété énergétique.
- Justification des choix retenus en matière de zonage
 - ZP1 AXES ROUTIERS à ENJEUX
 - Importance de la création de la zone "Zone de Publicité 1- Axes structurants" pour couvrir les principaux axes de la ville.
 - Ces axes structurants sont des lieux privilégiés pour l'implantation de publicité extérieure en raison de leur forte fréquentation.
 - ZP2 STADE BOLLAERT DELELIS
 - Harmonisation des dispositifs et lutte contre le dérèglement climatique.
 - Accompagnement des commerçants et professionnels du secteur.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

- ZP3 ZONES D'ACTIVITES
 - Harmonisation des dispositifs et lutte contre le dérèglement climatique.
 - Accompagnement des commerçants et professionnels du secteur.
- ZP4 AUTRES ZONES AGGLOMEREES
 - Harmonisation des dispositifs et lutte contre le dérèglement climatique.
 - Accompagnement des commerçants et professionnels du secteur.

11 Organisation de L'Enquête

11.1 DESIGNATION du CE

- par Décision no E23000 158/59 du 3 Janvier 2024, Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Lille a désigné Monsieur Roger VALET, Commissaire Enquêteur chargé de conduire l'Enquête Publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité de la ville de LENS

11.2 ARRETE

- Monsieur le Maire de LENS, en date du 11 Mars 2024 a prescrit une enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité de la ville de LENS.

11.3 ORGANISATION DE L'ENQUETE ET VISITE DES LIEUX

- Déroulement de l'enquête du 15 avril au 3 mai 2024
- Nous avons convenu avec le Maître d'Ouvrage de la tenue de 3 permanences et 18 jours d'enquête
- Nous avons visité les lieux le Mercredi 8 Février 2024
 - Les publicités sur les axes structurants et les entrées de ville
 - Les lieux d'accueil de l'enquête en Mairie de Lens
 - Rez de chaussée
 - Accueil
 - Borne interactive
 - Lieu d'affichage
 - 1^{er} Etage :
 - Salle d'accueil du Public
 - Ascenseur pour accès PMR

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

12 Procédure avant l'Enquête

12.1 CONCERTATION PREALABLE

12.1.1 Obligation de Concertation

Art. L.581-14-1 du code de l'environnement : « Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme »

Art. L.153-11 du code de l'urbanisme : « L'autorité compétente prescrit l'élaboration du plan local d'urbanisme et précise les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ».

Art L.103-2 du code de l'urbanisme : « Font l'objet d'une concertation associant, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées ... l'élaboration ou la révision du plan local d'urbanisme »

Art L.103-3 du code de l'urbanisme : « Les objectifs poursuivis et les modalités de concertation sont précisés : 1° L'autorité administrative compétente de l'Etat lorsque la révision du document d'urbanisme ou l'opération sont à l'initiative de l'Etat. 2° L'organe délibérant de la collectivité ou de l'établissement public dans les autres cas ».

Art L.103-4 du code de l'urbanisme : « Les modalités de la concertation permettent pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'autorité compétente »

Art L.103-6 du code de l'urbanisme : « A l'issue de la concertation, l'autorité mentionnée à l'article L.103-3 en arrête le bilan. Lorsque le projet fait l'objet d'une enquête publique réalisée conformément au chapitre 3 du livre 1er du Code de l'environnement, le bilan de la concertation est joint au dossier de l'enquête ».

12.1.2 Concertation du RLP Lens

la concertation a été organisée selon la délibération du Conseil Municipal en date du 26 mai 2021. Les modalités choisies ont été les suivantes :

1. Les modalités d'information du public :
 - Annonce par voie d'affichage et dans la presse locale de l'ouverture de la phase de concertation et de ses modalités ;

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Une information régulière du public sur l'avancée de la concertation par la mise à disposition à l'Hôtel de Ville d'un livret d'information évolutif résumant les échanges qui auront eu lieu ainsi qu'une « exposition » ;
- La création d'un espace dédié sur le site internet de la ville consacré à la révision du RLP.

2. Les modalités de la concertation du public :

- Mise à disposition du public, à l'accueil de l'Hôtel de Ville, d'un registre de concertation pour que ce dernier puisse y exposer ses remarques et propositions ;
- Création d'une adresse électronique dédiée à la révision générale du RLP ;
. mise en place d'un registre dématérialisé
- Mise en place de réunions publiques d'information tout au long de la procédure permettant d'échanger avec la population et les personnes concernées annoncées par voie de presse et d'affichage.

3. Outils de communication et de concertation-

- Une page internet consacrée à la procédure de révision a été réalisée sur le site internet de la ville de Lens. Cet espace dédié a permis de communiquer et d'informer les habitants et acteurs du territoire sur l'avancée de la procédure de révision. Cette page a présenté à la fois, la procédure du règlement local de publicité, son intérêt mais aussi pourquoi la ville de Lens s'est saisie de la problématique de la publicité extérieure.

- Par messagerie électronique à l'adresse suivante :
revisionrlp@mairie-lens.fr ou revision-rlp-lens@mail.proxiterritoires.fr

- Il est à noter que la commune n'a été destinataire d'aucune remarque, question ou proposition via cette adresse électronique.
- Un Registre dématérialisé dédié à la révision du Règlement Local de Publicité,
<https://participation.proxiterritoires.fr/revision-rlp-lens>

Il a surtout été utilisé par les Professionnels de la publicité :

- Union pour la Publicité Extérieure : 35 Propositions
- Jean-Claude DECAUX : 17 Propositions

- Un registre de concertation en papier mis à disposition du public à l'accueil de l'Hôtel de Ville. Durant les horaires d'ouverture de la mairie, la population a pu émettre ses remarques. Le registre était accompagné du dossier d'enquête complet
Au cours de l'enquête publique, 2 contributions ont été inscrites sur ce registre

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Les ateliers de concertation avec les acteurs du territoire : deux sessions de concertation ont été tenues le 23 septembre 2022. Ces ateliers ont rassemblé les acteurs économiques locaux, les professionnels de la publicité extérieure, les associations de protection de l'environnement et les conseillers de quartier, leur offrant l'opportunité de partager leurs attentes, de discuter des enjeux qui les concernent et de fournir un premier retour sur les enjeux issus du diagnostic territorial. Une invitation a été envoyée aux divers participants un mois avant le début du premier atelier.

- Dans un premier temps, les professionnels de l'affichage et les acteurs économiques ont été rencontrés afin de recueillir leurs remarques. A la suite, les associations de l'environnement et les conseillers de quartier ont été reçus. La commune de Lens et le bureau d'études ont reçu ces deux groupes d'acteurs.

Quatre professionnels de l'affichage et le secrétaire d'une association de commerçants ont assisté à l'atelier qui a eu lieu le 23 septembre 2022 dédié aux professionnels de l'affichage et aux commerçants ; ils ont émis les remarques suivantes :

- Nécessité d'apporter une réglementation différente selon différentes zones de la commune
- Nécessité s'assouplir certaines règles pour les enseignes du centre-ville et surtout celles pour les dispositifs en zones d'activité ;
- Nécessité d'apporter des règles pour que l'enseigne s'adapte à l'immeuble qui l'accueille : taille, longueur, couleur et format.

Une représentante de l'association Paysages de France et un conseiller de quartier ont assisté à l'atelier dédié aux associations de protection de l'environnement et aux conseillers de quartier qui a eu lieu le 23 septembre 2022 ; ils ont émis les remarques suivantes :

- Nécessité de protéger les enseignes avec un intérêt historique dans le centre-ville ;
- Nécessité de proposer des réglementations différentes selon les zones ;
- Nécessité de retirer les enseignes lorsque l'activité est terminée.
- La semaine suivante, le 30 septembre 2022, un deuxième temps de concertation a été proposé avec l'ensemble des acteurs pour d'une part présenter une synthèse des échanges des premiers ateliers mais aussi mettre en débat les différentes idées, réflexions et enjeux qui ont été identifiés.
- Quatre professionnels de l'affichage et un conseiller de quartier étaient présents lors de cet atelier de restitution. Les deux tables rondes ont permis de faire ressortir les enjeux suivants :

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Mieux tenir compte des enjeux patrimoniaux (Monuments historiques, UNESCO, façades repérées en centre-ville par le PLU) ;
- Limiter la densité des publicités scellées au sol en entrée de ville et le long des axes structurants ;
- Réfléchir à une zone spécifique sur le secteur Bollaert ;
- Limiter le format et la densité des publicités ;
- Réfléchir à une réglementation pour le mobilier urbain (pas de règle dans le RLP actuel sur ce sujet) ;
- Questionner la nécessité de la publicité en centre-ville autre que sur un mobilier urbain ;
- Intégrer la notion de sobriété énergétique pour les dispositifs de publicité (heures d'extinction, interdiction des dispositifs dynamiques, lumineuse, efficacité lumineuse) ;
- Limiter les grands formats de type 4x3.

12.1.3 Les réunions publiques

- **Trois réunions publiques** ont été également organisées durant la démarche afin de communiquer auprès des divers acteurs du territoire sur les avancées de la procédure. Plusieurs articles ont été publiés dans les journaux de la Voix du Nord et de Nord Eclair ainsi que dans le journal municipal afin de communiquer sur la date, l'heure et le lieu de ces réunions.
- **Une première réunion publique s'est tenue le 15 décembre 2022** pour présenter l'état des lieux et les enjeux relevés sur la publicité extérieure du territoire lensois. Cette réunion a eu lieu à l'Hôtel de Ville de Lens et a rassemblé trois habitants, un journaliste et plusieurs élus de la commune.
- **Une seconde réunion publique s'est tenue le 14 mars 2023** pour présenter le diagnostic territorial ainsi que les objectifs et orientations. Six personnes étaient présentes : deux commerçants, trois habitants et un journaliste de la Voix du Nord.
- **Une troisième réunion a eu lieu le 22 novembre 2023** pour présenter les règlements graphiques et écrits : neuf personnes étaient présentes

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

pour échanger et débattre du règlement, dont un journaliste et un représentant de l'Union pour la Publicité Extérieure.

- Ces réunions publiques ont été l'occasion de rendre compte à chaque fin de phase de l'avancée de la procédure de révision et de recueillir les remarques, observations et questions des personnes présentes afin d'enrichir le projet de RLP.

12.1.4 ARTICLES DANS LA PRESSE LOCALE

L'article suivant a paru dans la Voix du Nord le 28 Mars 2024 et le 18 Avril 2024 et dans Nord Eclair le 28 Mars 2024 et le 18 Avril 2024



Avis d'enquête publique

Procédure de révision générale du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Lens

En application de l'arrêté municipal n°2024-671 en date du 11 mars 2024, Monsieur le Maire a arrêté l'ouverture de l'enquête publique portant sur le projet de révision générale du Règlement Local de Publicité de la commune prescrit par délibération du conseil municipal en date du 25 mai 2021.

L'enquête publique se déroulera pour une durée de 18 jours consécutifs du **lundi 15 avril 2024 09 heures au vendredi 03 mai 2024 17 heures**.

A cet effet, Monsieur Roger VALET, directeur des ressources humaines à la retraite, a été désigné par décision du 03 janvier 2024 par le Président du tribunal administratif de Lille en qualité de commissaire enquêteur pour procéder à ladite enquête.

Pendant la durée de l'enquête, les intéressés pourront prendre connaissance du dossier d'enquête dans les locaux de l'hôtel de ville de Lens, 17bis Place Jean Jaurès (bureau d'accueil), aux jours et heures habituels d'ouverture au public.

Le dossier d'enquête pourra également être consulté sur le site internet de la ville : <https://villedeLens.fr>.

De plus, le dossier d'enquête dématérialisé pourra être consulté et téléchargé sur le site suivant : <https://participation.proxterritoires.fr/revision-rlp-lens>

En outre, le dossier pourra être consulté sur un poste informatique situé en mairie aux jours et heures habituels d'ouverture au public.

Monsieur le commissaire enquêteur recevra le public dans les locaux de l'hôtel de ville de Lens, 17bis Place Jean Jaurès, aux dates et heures suivantes :

- le **lundi 15 avril 2024 de 9h à 12h** ;
- le **mercredi 24 avril 2024 de 14h à 17h** ;
- le **vendredi 03 mai 2024 de 14h à 17h**.

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations, propositions et contre-propositions :

➤ Sur le registre papier ouvert à cet effet à l'hôtel de ville ou les adresser par correspondance à Monsieur le commissaire enquêteur à l'adresse suivante : Hôtel de ville de Lens, à l'attention de Monsieur Roger VALET ; commissaire enquêteur, 17bis Place Jean Jaurès, 62 307 Lens Cedex,

➤ Par courrier électronique aux adresses électroniques dédiées :

revisionrlp@maine-lens.fr / revision-rlp-lens@mail.proxterritoires.fr

➤ Sur le registre d'enquête publique dématérialisé à l'adresse suivante :

<https://participation.proxterritoires.fr/revision-rlp-lens>

À l'issue de l'enquête, Monsieur le commissaire enquêteur établira un rapport qui relatera le déroulement de l'enquête et examinera les observations recueillies. Il consignera dans un document séparé, ses conclusions motivées en précisant si elles sont favorables ou non au projet.

Monsieur le commissaire enquêteur transmettra à la mairie, dans un délai d'un mois maximum à compter de la date de clôture de l'enquête, le dossier d'enquête accompagné du rapport et de ses conclusions motivées.

Le public pourra consulter le rapport et les conclusions motivées de Monsieur le commissaire enquêteur à l'hôtel de ville aux jours et heures habituels d'ouverture et sur le site internet de la ville, pendant 1 an.

Le projet de révision générale de RLP pourra éventuellement être modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête publique et la décision d'adoption du document sera soumise à l'approbation du conseil municipal.

Toutes informations relatives au projet pourront être demandées

aux coordonnées suivantes :

Commune de Lens – Direction opérationnelle de l'immobilier

Pôle Immobilier

03 21 69 86 22

revisionrlp@maine-lens.fr

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

12.1.5 BULLETINS MUNICIPAUX

- Article sur le LENS MAG du mois d'Avril 2024
- L'AVIS d'EP a été publié sur le site de la ville de Lens

12.1.6 Organisation et tenue des Permanences en Mairie de Lens

- Permanence 1 le Lundi 15 Avril 2024 de 9h à 12h
- Permanence 2 le Mercredi 24 Avril 2024 de 14h à 17h
- Permanence 3 le Vendredi 3 Mai de 14h à 17h
- Monsieur BOUSIAC a été d'une aide précieuse pour l'accueil et l'organisation avec une bonne disponibilité.

12.1.7 Clôture de l'EP

- Le Vendredi 3 mai à 17h, l'enquête Publique était close et en application de l'article R123-8 du Code l'Environnement, à l'expiration du délai d'enquête :

- le registre papier d'enquête a été mis à la disposition du Commissaire Enquêteur et clos par lui-même le 3 Mai 2024 à 17h.
- Le registre numérique a également été fermé le 3 mai 2024 à 17h

Dans le délai programmé de huit jours (11 Mai 2024 au plus tard), le responsable du projet a été destinataire du procès-verbal de synthèse le 6 Mai 2024 remis en main propre et par email.

13 Synthèse des Avis, Contributions et Remarques au regard de la révision

- Conformément aux articles L.153-11, L.103-2, L.103-3, L103-4 et L.103-6 du code de l'urbanisme, la concertation a été menée pendant toute la durée de la révision du RLP.

Les divers moyens de concertation et d'information déclinés ont permis d'informer régulièrement les habitants et les acteurs du territoire tout au long de la démarche.

Ces différents temps ont permis de répondre aux questions spécifiques des divers acteurs et d'entendre leurs remarques et observations pour cette révision.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

13.1 Bilan du registre numérique

- Les observations formulées par le public : aucune observation
- Les observations formulées par des professionnels :
 - 2 contributions reçues dans registre papier
 - 2 contributions registre numérique reçues et publiées
 - 2 contributions email au registre numérique publiées
- 12 visiteurs (internautes)
- 19 visites (1 visite = 1 page visionnée)
- 25 téléchargements
- 23 visualisations de documents
- Provenance des visites / téléchargements :
 - Beuvry : 2
 - Charlotte : 1
 - Noisy le Grand : 4
 - Paris : 10
 - Saint Paul : 2

13.2 Bilan Quantitatif

- Les contributions
 - Orales : 2 (JCDecaux et UPE) qui ont été transcrites sur le registre papier ci-après et occasionnant 4 questions au MO
 - Sur le Registre papier : 2
 - Par Voie Postale : Courriers : 2 (UPE et JC Decaux)
 - Par Courriels reçus sur le site : aucune
 - Sur le Registre Dématérialisé : 2 emails et 52 propositions (UPE et JCDecaux)
- Les contributeurs
 - PPA :
 - CDNPS : 4 Observations
 - DDTM : 6 Observations
 - UDAP : 5 Observations
 - Conseil Départemental Pas de Calais : 1 observation
 - Chambre de Commerce et d'Industrie : *pas d'observation*
 - Chambre des Métiers et de l'Artisanat : *pas d'observation*
 - Chambre Régionale d'Agriculture : *pas d'observation particulière*
 - Communauté d'Agglomération de LENS LIEVIN (CALL) : *avis favorable*

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Commune d'AVION : pas d'observation
 - Commune d'ELEU dit LEAUWETTE : pas d'observation particulière
 - Commune de LIEVIN : pas d'observation
 - Commune de LOISON sous LENS : pas d'observation
 - Commune de LOOS en GOHELLE : pas d'observation
 - Commune de NOYELLES sous LENS : pas d'observation
 - Commune de PONT à VENDIN : pas d'observation
 - Commune de SALLAUMINES : pas d'observation
 - Commune de VENDIN LE VIEIL : pas d'observation
 - Conseil Régional des Hauts de France : pas d'observation
 - Préfecture du Pas de Calais : pas d'observation
 - SCOT de LENS LIEVIN HENIN CARVIN : pas d'observation
 - ARTOIS MOBILITES : pas d'observation
 - CADRES BLANCS : pas d'observation
 - Paysages de France : pas d'observation
 - SNCF Réseaux : pas d'observation
 - Professionnels de la publicité
 - Union pour la Publicité Extérieure : 35 Propositions
 - Jean-Claude DECAUX : 17 Propositions
 - Individuels : aucune contribution
- Contributions reçues

Pap 2-1

JC Decaux : Nous suggérons à la ville de Lens de bien dissocier le cas des dispositifs publicitaires de ceux des mobiliers urbains qui ne reçoivent de la publicité qu'à titre accessoire.

- En ce sens, la règle de l'article 17 spécifiant que les dispositions générales s'appliquent également au mobilier urbain présente un risque majeur. En effet les mobiliers urbains de 2 m² sont bipieds et l'article 4 prévoit que seuls les dispositifs monopied ne sont autorisés. L'article 2 prévoit également qu'un seul dispositif ne peut être installé sur une même unité foncière. Une distinction claire du dispositif publicitaire et du mobilier urbain ainsi que des règles qui les concernent nous semble donc capitales.
- Réponse MO : la commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Pap 2-2

- UPE : Nous suggérons de revoir le linéaire de façade sur rue, actuellement prévu à 60 m : Une distinction devrait être faite entre les dispositifs muraux sur lesquels aucune création d'obstacle est prévue et les dispositifs scellés au sol sur lesquels un linéaire de 20 m peut être mis en place : mobiliers muraux : 0 m et mobiliers scellés au sol : 20 m
- Réponse MO : la commune entend l'inquiétude de l'UPE sur cette remarque. Les services de la commune se rapprocheront de l'UPE afin d'échanger sur cette disposition et ainsi proposer une rédaction qui réponde aux objectifs fixés par la municipalité en prenant en compte, dans la limite de ces mêmes objectifs, les propositions formulées

Pap 2-3

- UPE : De plus nous suggérons une modification concernant la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires muraux sur la zone de publicité no 4 sur laquelle actuellement toute publicité est interdite. Les mobiliers muraux ne génèrent pas de nouveaux obstacles visuels. Le format pour ces mobiliers est le format standard : 8 m² surface d'affiche correspondant à 10.50 m² encadrement compris.
- Réponse MO : La ZP4 regroupe essentiellement des secteurs urbains de type maisons individuelles ou cités minières. Dans certaines d'entre elles, de nombreux enjeux de mise en valeur du patrimoine ont été repérés en lien avec la protection liée aux monuments historiques. De plus, au regard du diagnostic effectué, très peu de dispositifs de publicité sont présents sur cette zone. Dès lors, à l'appui du diagnostic et dans le souci de la préservation du cadre de vie des lensois et de la mise en valeur du patrimoine, la commune ne souhaite pas autoriser les dispositifs muraux dans cette zone.

Pap 2-4

UPE : Enfin nous suggérons de modifier la mention concernant l'interdiction des passerelles pour indiquer la mise en place de passerelle rabattable afin de se conformer au Code du Travail

- Réponse MO : La commune ne souhaite pas modifier cette disposition dans son RLP. En effet, les dispositifs publicitaires avec passerelles ou tout autre élément technique constituent des dispositifs imposants qui nuisent à l'environnement dans lequel ils s'intègrent. Aussi, la volonté de la commune est de supprimer ce type de dispositif sur son territoire dans un souci d'amélioration du cadre de vie des habitants.

COURRIER POSTAL

Post 3-5 CDNPS du 13 mars reprenant l'avis DDTM

Observation : Je vous informe que les membres de cette commission ont émis un avis favorable sur ce projet, au titre de la préservation des sites et des paysages, du cadre de vie et de la gestion équilibrée de l'espace, conformément à la proposition formulée par le service instructeur.

J'attire, cependant, votre attention sur les recommandations énumérées dans le rapport précité, dont vous avez été rendu destinataire et destinées à rendre votre document plus opérant dans l'atteinte de ses objectifs

Post 3-6 DDTM

Observation : Au travers de cette nouvelle réglementation, la commune souhaite revaloriser son patrimoine historique minier inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, rendre plus attractif le centre-ville en apportant une réglementation publicitaire plus appropriée que ce soit au niveau des publicités ou des enseignes. Cependant, la sectorisation de la commune en 4 zones occulte des séquences urbaines présentant des enjeux patrimoniaux et urbains majeurs : Le maintien d'une réglementation nationale sur les formats publicitaires au sein des axes structurants qui pénètrent dans les zones UNESCO ou MH où qui constituent des entrées de ville en ZPI et au sein de la zone 2P2 est un frein à l'atteinte de cet objectif. En effet, ces dispositifs se retrouvent déjà essentiellement sur ces axes de passage et non en ZP4

- Réponse MO - En lien avec la remarque n°1 de l'ABF, la commune souhaite venir préciser ses plans de zonage, sur lesquels elle fera apparaître les secteurs de protection des monuments historiques. De plus, la ZP1 sera renommée pour faire apparaître la prise en compte des enjeux liés aux entrées de ville.

Post 3-7 DDTM

Observation : Il n'est pas malheureusement pas prévu de limiter le nombre important de publicités sur mobiliers urbains en proximité de monuments classés et aux entrées de ville

- Réponse MO - Le mobilier urbain fait l'objet d'un contrat passé avec un prestataire à la suite d'une procédure mise en place dans le cadre du code de la commande publique. Lors de la redéfinition du contrat de mobilier urbain, la commune sera amenée, sur la base du diagnostic effectué et du règlement, à adapter certains types de mobilier urbain.

Dès lors, si la commune reste seule compétente pour passer ce type de contrat, l'ensemble des mobiliers urbains qui seront installés le seront en conformité avec le RLP et feront l'objet, dans le cas où ils s'implantent dans un secteur protégé, d'une transmission pour avis aux services de l'ABF qui pourront se prononcer sur leur implantation

Post 3-8 DDTM

Observation : Quelques recommandations pour rendre le document plus opérant dans l'atteinte des objectifs : Rappeler que la réglementation locale de publicité ne prévaut pas sur l'avis des ABF en secteurs protégés

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP.

Post 3-9 DDTM

Observation : Le diagnostic fait état d'un nombre important de mobiliers urbains supportant de la publicité sur son territoire. Ces dispositifs ayant un impact conséquent, la commune devrait s'engager à en limiter le nombre et non simplement la taille (8m²) afin de préserver une certaine équité entre les prestataires

- Réponse MO : Le mobilier urbain fait l'objet d'un contrat passé avec un prestataire à la suite d'une procédure mise en place dans le cadre du code de la commande publique. Lors de la redéfinition du contrat de mobilier urbain, la commune sera amenée, sur la base du diagnostic effectué et du règlement, à adapter certains types de mobilier urbain. Dès lors, si la commune reste seule compétente pour passer ce type de contrat, l'ensemble des mobiliers urbains qui seront installés le seront en conformité avec le RLP et feront l'objet, dans le cas où ils s'implantent dans un secteur protégé, d'une transmission pour avis aux services de l'ABF qui pourront se prononcer sur leur implantation

Post 3.10 DDTM

Observation : La commune aurait pu proposer une zone supplémentaire caractérisée par un format et des densités plus en adéquation avec les enjeux de préservation des secteurs patrimoniaux et d'image de la ville (stade Bollaert-Delelis, entrées de villes, périmètres MH) qui sont notamment traversés par les grands axes en ZP1

- Réponse MO : En lien avec la remarque n°1 de l'ABF, la commune souhaite venir préciser ses plans de zonage, sur lesquels elle fera apparaître les secteurs de protection des monuments historiques. De plus, la ZP1 sera renommée pour faire apparaître la prise en compte des enjeux liés aux entrées de ville.

Post 3-11 DDTM

Observation : les dispositifs de types chevalets mériteraient d'être limités par le RLP, au vu notamment de la largeur du trottoir, la visibilité de la façade par rapport à la voie publique car ils peuvent représenter un risque pour la sécurité publique

- Réponse MO : Dans la rédaction de son RLP, la commune a apporté une attention toute particulière aux dispositifs de type chevalet, qu'ils soient considérés comme des dispositifs de publicité ou d'enseigne. L'article 5 de la section 2 du titre 3 détaille précisément les cas dans lesquels ces dispositifs peuvent être installés lorsqu'ils sont considérés comme des dispositifs de publicité

Post 3-12 : UPE Courrier de l'Union de la Publicité Extérieure

Dispositions générales

- Matériaux et entretien des dispositifs

La section 4 du projet de règlement énonce que :

« Les dispositifs de publicités, pré-enseignes et enseignes doivent s'inscrire dans leur environnement bâti et naturel. »

Ces dispositions sont de nature à créer une véritable insécurité juridique tant pour les opérateurs économiques que pour les services chargés de la police administrative dans la mesure où les termes employés sont particulièrement flous et ne sont pas définis par le projet de règlement.

De fait, ces dispositions peuvent apparaître comme contraires à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme appliquée par les juridictions administratives aux RLP (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N°17PA23182).

Cette obligation est beaucoup trop générale et peut entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, cette obligation implique une appréciation subjective et ne repose pas sur des éléments précis et tangibles.

Proposition : C'est pourquoi, il conviendra de supprimer ces dispositions.

- Réponse MO : A la lecture de la remarque, la commune souhaite venir préciser cette disposition dans un souci d'intelligibilité de la norme.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de pré-enseigne et d'enseigne

La section 6 du projet de règlement énonce que :« La commune de Lens étant dotée d'un Règlement Local de Publicité, le maire de la commune est l'autorité compétente pour connaître la réglementation relative à la publicité extérieure ainsi qu'à celle des enseignes. »

Il est à noter que depuis la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets et à défaut d'être transférés au Président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par principe par le maire au nom de la commune et ce, peu importe l'existence ou non d'un RLP (nouvel article L.581-3-1 du Code de l'environnement).

Par ailleurs, la section 6 contient les dispositions suivantes : « A noter, qu'en complément de cette déclaration ou autorisation, dans le cadre de travaux ayant pour objet de modifier l'aspect extérieur de la construction, il convient de déposer une demande de déclaration préalable de travaux ou de permis de construire conformément aux dispositions du code de l'urbanisme. »

Le code de l'environnement soumet les publicités et pré-enseignes à déclaration préalable ou à autorisation préalable suivant le type de dispositifs envisagés. Ces dispositifs ne sont pas soumis aux déclarations ou autorisations de travaux prévues par le code de l'urbanisme. En effet, en application de l'article R*425-29 du code de l'urbanisme, « L'installation de dispositifs de publicité, enseignes ou pré-enseignes, régie par les dispositions du chapitre Ier du titre VIII du livre V du code de l'environnement, est dispensée de déclaration préalable ou de permis de construire. »

Proposition : Il conviendra donc de supprimer cette mention au futur RLP.

- Réponse MO : La précision apportée par la commune à cette section vise à informer les pétitionnaires des différentes procédures à appliquer en fonction des projets qu'ils souhaitent développer.

Aussi, la commune maintient cette précision dans son RLP, cette dernière apportant des informations en fonction des travaux prévus. La commune explicitera davantage cette précision pour bien distinguer la procédure applicable au titre du code de l'environnement de celle applicable au titre du code de l'urbanisme.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Post 3-14 UPE

Mur aveugle

Le lexique définit le mur aveugle de la manière suivante : « un mur aveugle est un mur qui ne contient aucune ouverture (c'est-à-dire qui ne comporte notamment ni porte, ni fenêtre). »

L'article R581-22 du code de l'environnement interdit la publicité « 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 mètre carré ».

Proposition : Il convient d'appliquer, en la matière, les dispositions du règlement national de publicité (RNP) et de préciser au projet de règlement que les publicités murales peuvent être implantées sur les murs aveugles ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré.

- Réponse MO : La commune a souhaité simplifier dans son RLP la compréhension et l'application des dispositions du code de l'environnement relatives aux dispositifs publicitaires apposés à un mur. Aussi, il a été décidé de n'autoriser ces dispositifs que sur les seuls murs aveugles ceci permettant une meilleure intégration de ces derniers dans leur environnement, d'autant plus si le dispositif mural est éclairé.

Post 3-15 UPE

Le lexique définit le RLP comme suit : « le Règlement Local de Publicité est un règlement qui a pour but de fixer des règles relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes à l'échelle d'une commune ou d'un regroupement de communes. Il est à noter que les règles contenues dans un RLP sont nécessairement plus strictes que celles figurant dans le RNP (Voir définition du RNP ci-après). »

Le code de l'environnement permet aux RLP de réintroduire la publicité dans les secteurs d'interdictions relatives de publicité. En effet, l'article L581-8 I du code de l'environnement dispose que : « Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »

Proposition : Par ailleurs, le RLP peut également simplement renvoyer aux dispositions du règlement national de publicité (RNP) sans nécessairement les durcir

- Réponse MO : la précision sera apportée dans la définition

Post 3-16 UPE

Dispositions particulières

Interdictions générales

L'article 1 « Interdictions » du projet de règlement énonce que : « Dans la commune de Lens, seuls les dispositifs de publicité et de pré-enseigne spécifiquement énumérés au titre III et soumis à conditions générales et particulières pour leur installation peuvent être autorisés. En conséquence, tout dispositif non soumis à conditions générales et/ou particulières pour son installation est formellement interdit sur le territoire communal. »

Proposition : Il convient de noter que dans le silence du RLP, le règlement national de publicité (RNP) s'applique, la liberté étant le principe, l'interdiction l'exception. Cette disposition doit nécessairement être supprimée.

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP.

Post 3-17 UPE

Interdiction des passerelles de sécurité

L'article 4 « Dispositions relatives aux dispositifs scellés au sol » du projet de règlement interdit l'usage de passerelles de sécurité.

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs. »

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants du Code du travail détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Proposition : Dans ces conditions, afin de tenir compte des obligations légales et réglementaires en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante / « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Réponse MO : La commune ne souhaite pas modifier cette disposition dans son RLP. En effet, les dispositifs publicitaires avec passerelles ou tout autre élément technique constituent des dispositifs imposants qui nuisent à l'environnement dans lequel ils s'intègrent. Aussi, la volonté de la commune est de supprimer ce type de dispositif sur son territoire dans un souci d'amélioration du cadre de vie des habitants.

Post 3-18 UPE

Interdiction des bâches publicitaires

Le projet de règlement vise à interdire les bâches publicitaires dans l'ensemble du territoire de la ville. Or, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation préalable du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités. Ainsi, il convient de ne pas interdire par principe ces outils de communication puisque ces dispositifs sont soumis à autorisation préalable.

Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des événements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés.

Proposition : Dans ces conditions, nous préconisons donc de permettre l'implantation des bâches publicitaires selon le régime établi par le règlement national de publicité (RNP) et de ne pas poser d'interdictions a priori. En effet, les collectivités territoriales maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.

• Réponse MO - Le code de l'environnement distingue deux types de bâches : les bâches de chantier et les bâches publicitaires. Les bâches de chantier sont autorisées dans le cadre du présent RLP. Concernant les bâches publicitaires, ces dernières ne sont autorisées que dans la ZP2 - Stade Bollaert. En effet, au regard de l'importance de cet équipement à envergure nationale et internationale, il a été choisi de permettre un mode de communication en relation avec cet équipement. Concernant les 3 autres zones, il n'a pas été jugé nécessaire d'autoriser les bâches publicitaires, car ces secteurs, au regard de leur morphologie urbaine et de leur fonctionnalité, ne répondent pas à ce type de besoin.

Interdiction de la publicité numérique sur domaine privé

Le projet de règlement vise à interdire de manière générale et absolue la publicité numérique sur domaine privé dans l'ensemble du territoire de la ville.

Selon une étude réalisée' par le cabinet KPMG, en mars 2023, « Analyse comparative de la performance énergétique, économique et sociétale de la publicité extérieure », la publicité extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) ne représente qu'une proportion infinitésimale de la consommation énergétique de la France :

- 0,028% de la consommation énergétique totale du pays ;
- 0,4% de la consommation énergétique globale du secteur des Technologies de l'information et de la Communication (Internet, télévision, téléphones, ordinateurs...)
- 2,7% de la consommation énergétique publicitaire du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

De plus, la publicité numérique est soumise à autorisation préalable au cas par cas (articles L.581-9 et R.581-15 du Code de l'environnement) et a un régime juridique strict encadré par le code de l'environnement

Il convient donc de ne pas interdire par principe à un média de proposer des outils de communication adaptés aux besoins des annonceurs. Le numérique est également un moyen de communication dynamique qui peut apporter aux usagers et aux collectivités locales de nombreux services (alerte enlèvement, messages d'intérêt général, messages sanitaires...).

Par ailleurs, une telle interdiction peut se heurter à la jurisprudence administrative qui censure des RLP qui ne concilient pas liberté d'affichage et protection du cadre de vie.

En effet, la Cour administrative d'appel de Douai a jugé (CAA Douai, 5 novembre 2019, N°18DA00126) que « Par suite, et sans qu'il soit besoin d'examiner les autres moyens tirés, par voie d'exception, de l'illégalité du règlement local de publicité, la société Oxial est fondée à soutenir que l'interdiction instituée par ce règlement est entachée d'une erreur manifeste d'appréciation, et à soutenir, en conséquence, que le motif des décisions en litige, tiré de l'application de cette interdiction de toute publicité numérique en secteur B, est illégal ».

Proposition : C'est pourquoi, il conviendra que la publicité numérique soit autorisée par le RLP, selon les conditions du règlement national de publicité (RNP).

- Réponse MO : la commune ne souhaite pas suivre la recommandation de l'UPE sur la publicité numérique dans un souci de préservation de l'environnement et de lutte contre le réchauffement climatique dans le cadre des efforts de sobriété énergétique.

Post 3-20 UPE

Dispositifs lumineux en vitrine

L'article 11 « Dispositions relatives aux dispositifs lumineux » énonce que : « De plus, les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.

Ces derniers sont limités à un dispositif par commerce et par voie ouverte à la circulation et ne peuvent avoir une surface supérieure à 1m². » L'article L581-14-4 du code de l'environnement issu de la loi no 2021-1104 du 22 aout 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dispose que : « Par dérogation à l'article L. 581-2, 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.

La section 6 du présent chapitre est applicable en cas de non-respect des prescriptions posées par le règlement local de publicité en application du présent article. »

Toutefois, les RLP ne doivent pas fragiliser davantage l'activité commerciale des commerçants de centre-ville. Dès lors, l'article L581-14-4 précité implique que les RLP puissent établir, le cas échéant, des prescriptions mesurées et adaptées à l'univers particulier que représentent les vitrines des commerces.

Cet univers spécifique est en effet composé de dispositifs lumineux dont les formats sont diversifiés. Une réglementation trop contraignante ne fera qu'accroître, pour les commerçants, le sentiment de contraintes administratives alors que les crises sanitaires comme économique ont considérablement impacté l'activité des commerces, notamment pendant les périodes de confinement.

Or, impacter les commerces de centre-ville entraînera un report de consommation vers les plateformes numériques.

Proposition : Pour toutes ces raisons et afin de préserver la possibilité pour les commerçants d'exploiter leur vitrine commerciale, il conviendra de fixer une surface cumulée maximale à 2 m² du / des dispositif(s) lumineux situé(s) derrière une vitrine ou une baie. Cette proposition permet en effet d'appréhender ces univers diversifiés.

- Réponse MO : Tout d'abord, concernant la surface des dispositifs lumineux à l'intérieur d'un local à usage commercial, la commune souhaite préciser la règle comme le suggère la remarque précédente. Concernant la plage d'extinction de ces dispositifs, la commune ne souhaite pas modifier son RLP et maintient la plage d'extinction proposée soit 30 minutes après la fermeture du commerce et 30 minutes avant l'ouverture du commerce. Cette disposition s'inscrit dans la volonté des élus de la commune de participer aux efforts de sobriété énergétique et de protection du cadre de vie nocturne. Enfin, il convient de distinguer les dispositifs lumineux de l'éclairage des vitrines. L'objet du RLP et des dispositions de l'article 11 vise expressément les dispositifs lumineux à l'intérieur des locaux commerciaux.

Post 3-21 UPE

Horaires d'extinction nocturne

L'article 11 précité impose que : « les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce. »

Proposition : Compte tenu des besoins en communication des annonceurs locaux et des événements pouvant être organisés en soirée, nous préconisons une extinction des dispositifs lumineux situés 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 destinés à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique entre 23h00 et 06h00, de la même manière que pour les publicités lumineuses sur domaine privé

- Réponse MO : Tout d'abord, concernant la surface des dispositifs lumineux à l'intérieur d'un local à usage commercial, la commune souhaite préciser la règle comme le suggère la remarque précédente. Concernant la plage d'extinction de ces dispositifs, la commune ne souhaite pas modifier son RLP et maintient la plage d'extinction proposée soit 30 minutes après la fermeture du commerce et 30 minutes avant l'ouverture du commerce.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Cette disposition s'inscrit dans la volonté des élus de la commune de participer aux efforts de sobriété énergétique et de protection du cadre de vie nocturne. Enfin, il convient de distinguer les dispositifs lumineux de l'éclairage des vitrines. L'objet du RLP et des dispositions de l'article 11 vise expressément les dispositifs lumineux à l'intérieur des locaux commerciaux.

Post 3-22 UPE

ZP1 - Axes routiers à enjeux

Le projet de règlement prévoit, en ZP1, la règle de densité suivante : « La pose d'un dispositif de publicité est interdite sur les unités foncières au linéaire inférieur à 60 m. »

Un minimum de 60 mètres de linéaire pour l'installation d'un dispositif publicitaire n'est pas adapté à l'environnement urbain de cette zone de publicité, compte tenu du morcellement parcellaire constaté. Maintenir ce minimum linéaire revient à une interdiction déguisée de toute publicité.

Proposition : Afin de prendre en compte la réalité « terrain » et urbaine, il conviendra de fixer à 20 mètres le linéaire minimum pour l'installation d'un dispositif publicitaire.

- Réponse MO : La commune entend l'inquiétude de l'UPE sur cette remarque. Les services de la commune se rapprocheront de l'UPE afin d'échanger sur cette disposition et ainsi proposer une rédaction qui réponde aux objectifs fixés par la municipalité en prenant en compte, dans la limite de ces mêmes objectifs, les propositions formulées.

Post 3-23 UPE

Enseignes temporaires

L'article 10 « Dispositions relatives aux enseignes temporaires avant ouverture d'un établissement » du projet de règlement dispose que : « Les enseignes temporaires indiquant l'ouverture d'un commerce peuvent être installées après accord du Maire et à condition qu'une demande d'autorisation préalable ait été déposée pour l'installation d'un dispositif pérenne »

Proposition : Les enseignes temporaires ne sont pas soumises à autorisation préalable ni à déclaration préalable. Selon l'article R581-17 du code de l'environnement, seules les enseignes temporaires sont soumises à autorisation lorsqu'elles sont installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L. 581-4 ou lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L. 581-8.

Aussi, il conviendra de modifier en ce sens l'article 10 précité.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Réponse MO : L'article sera supprimé dans le projet de RLP.

Post 3-24 UDAP 62

Observation : Avant tout commentaire des documents, il est important de noter que le zonage du RLP comprenant des « axes routiers à enjeux » occulte des séquences urbaines, présentant des enjeux patrimoniaux et urbains majeurs.

- Réponse MO : La zone de publicité n°1 repère les axes routiers à enjeux sur le territoire. Il s'agit principalement des grands axes de circulation sur la commune reprenant également les entrées de ville et se rejoignant au nœud que constitue le secteur de la rue Edouard Bollaert. L'enjeu de ce zonage, en lien avec le diagnostic effectué, est d'identifier ces axes sur lesquels s'implantent principalement les dispositifs de publicité dans le but de mieux les répartir et ainsi participer à l'amélioration du cadre de vie des Lensois. Aussi, les zonages du RLP reprendront les périmètres de protection des monuments historiques comme le recommande l'ABF. En ce qui concerne le bien UNESCO, un renvoi sera fait aux annexes du PLU qui contiennent ce document et auquel le RLP sera également annexé

Post 3-25 UDAP

Observation : Concernant la partie réglementaire : O6 règlement littéral

L'article 12 du Titre III (p.18) propose de déroger à l'article L.581-8 du code de l'environnement, qui concerne la publicité sur mobilier urbain aux abords des monuments historiques. Il est à préciser que toute demande d'autorisation devra être préalablement soumise à l'accord de l'Architecte des bâtiments de France. Je rappelle également que le mobilier urbain peut supporter uniquement à titre accessoire et non principal de la publicité (Article R.581-42 du code de l'environnement). Leur fonction première restant d'assurer le service urbain et d'informer les usagers.

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP.

Post 3-26 UDAP

Observation : Les supports publicitaires tels que décrits, avec un grand format de 8m², dans la zone ZP1 ne devraient pas être autorisés dans ces secteurs protégés, compte tenu de leur prégnance visuelle

- Réponse MO : Comme le souligne l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France, l'article L.581-8 du code de l'environnement prévoit des dérogations légales qui peuvent être mises en place dans le cadre d'un RLP et notamment en ce qui concerne la réintroduction de la publicité supportée par le mobilier urbain dans les abords de monuments historiques. Comme le permet donc le code, la commune a souhaité maintenir cette dérogation déjà présente dans le RLP de 2011 et ainsi permettre la publicité supportée par le mobilier urbain dans certains secteurs protégés. Toutefois, il convient de rappeler que tout dispositif de mobilier urbain supportant de la publicité qui sera implanté dans ces secteurs devra faire l'objet d'une déclaration préalable et que l'ABF sera obligatoirement consulté afin de donner son accord sur ce projet d'implantation.

Post 3-27 UDAP

Observation : Concernant les plans de zonages : Annexes 07.1 / 07.2

Les documents graphiques ne mentionnent pas les périmètres des monuments historiques de la ville de Lens ni les éléments bien UNESCO du bien « Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais » ou sa zone tampon.

- Réponse MO : La zone de publicité n°1 repère les axes routiers à enjeux sur le territoire. Il s'agit principalement des grands axes de circulation sur la commune reprenant également les entrées de ville et se rejoignant au nœud que constitue le secteur de la rue Edouard Bollaert. L'enjeu de ce zonage, en lien avec le diagnostic effectué, est d'identifier ces axes sur lesquels s'implantent principalement les dispositifs de publicité dans le but de mieux les répartir et ainsi participer à l'amélioration du cadre de vie des Lensois. Aussi, les zonages du RLP reprendront les périmètres de protection des monuments historiques comme le recommande l'ABF. En ce qui concerne le bien UNESCO, un renvoi sera fait aux annexes du PLU qui contiennent ce document et auquel le RLP sera également annexé

Poste 3-28 UDAP

Observation : Enfin, il aurait été souhaitable, en sus d'une mention des monuments historiques dans le règlement, que les périmètres des monuments historiques et sites protégés par le code de l'environnement apparaissent graphiquement sur chaque zone ou qu'il y soit fait référence sur chaque plan de zonage du dit RLP.

• Réponse MO : La zone de publicité n°1 repère les axes routiers à enjeux sur le territoire. Il s'agit principalement des grands axes de circulation sur la commune reprenant également les entrées de ville et se rejoignant au nœud que constitue le secteur de la rue Edouard Bollaert. L'enjeu de ce zonage, en lien avec le diagnostic effectué, est d'identifier ces axes sur lesquels s'implantent principalement les dispositifs de publicité dans le but de mieux les répartir et ainsi participer à l'amélioration du cadre de vie des Lensois. Aussi, les zonages du RLP reprendront les périmètres de protection des monuments historiques comme le recommande l'ABF. En ce qui concerne le bien UNESCO, un renvoi sera fait aux annexes du PLU qui contiennent ce document et auquel le RLP sera également annexé

Post 4-29 JC Decaux

Proposition : Insérer la mention suivante au sein du paragraphe « Section 3: Définitions générales » : « La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le présent RLP ».

- Réponse MO : Le Titre 1 Section 3 traite des définitions légales des différents dispositifs faisant l'objet du présent RLP. Aussi, la commune ne trouve pas pertinent d'ajouter cette précision à cette section. Toutefois, cette précision sera apportée au Titre 3 Section 2 Article 7 traitant du mobilier urbain et remplacera la première phrase de l'article.

Post 4-30 JC Decaux

Proposition : Amender le lexique du projet de RLP (Titre II) en amendant la définition des « dispositifs publicitaires » et en amendant l'article 7 du règlement portant sur le mobilier urbain, comme suit : « Dispositif (publicitaire) : Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode ».

« Conformément au code de l'environnement, le mobilier urbain supportant de la publicité est limitativement énuméré :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public
- Les colonnes porte-affichages ;
- Les mâts porte-affichages ;
- Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires.
- Le mobilier urbain ne supportant qu'à titre accessoire de la publicité, il n'est pas considéré au titre du présent RIP comme un dispositif (publicitaire). »

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Réponse MO : Le code de l'environnement traite effectivement de manière différenciée la publicité et la publicité supportée par le mobilier urbain. Le présent RLP reprend cette distinction en prévoyant des dispositions spécifiques pour le mobilier urbain supportant de la publicité. Néanmoins, les dispositions relatives au mobilier urbain comme support publicitaire figurant à la section 2 intitulée "Publicité" du titre VIII du Livre V de la partie réglementaire du code de l'environnement et n'étant pas clairement distinguées des publicités, la commune ne souhaite pas suivre la proposition qui consiste à affirmer que le mobilier urbain, au titre du RLP, n'est pas considéré comme un dispositif publicitaire

Post 4-31 JC Decaux

Par ailleurs, nous relevons au projet de RIP la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité » (article 7 du RLP). Pour rappel, ces dispositions générales, insérées en section 2 du projet, contiennent notamment des dispositions en matière de densité (article 2) et des contraintes d'implantation vis-à-vis des dispositifs (publicitaires) scellés au sol avec imposition du « mono-pied » et la limitation aux dispositifs de type « double-face » (article 4).

Or, il n'est pas nécessaire que le futur RLP prévoit des contraintes d'implantation et/ou d'exploitation des publicités sur mobilier urbain alors que la collectivité en conserve l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix. Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire fait en effet l'objet d'une étude au cas par cas et d'un aval préalable des services avant toute installation. Par ailleurs, dans les périmètres protégés (abords monuments historiques notamment), l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France est requis. Ainsi, la Ville, comme l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en périmètres protégés, peut refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée, même lorsque ce dernier est autorisé par le biais de son RLP. Enfin, lorsqu'il supporte de la publicité lumineuse (mobilier urbain numérique), il est soumis à l'autorisation prévue à l'alinéa 3 de l'article 1.581-9 du Code de l'environnement, laquelle tient nécessairement compte du « cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement article R.581-15 dudit Code). Par ailleurs, il est à rappeler que le mobilier urbain n'est pas soumis aux règles de densité prévues par le Code de l'environnement conformément à l'article R.581-42 (non-renvoi vers l'article R.581-25 dudit code).

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Dans ce cadre et si l'opposabilité de ces contraintes était maintenue dans le texte approuvé, il est à noter que ces dispositions remettraient en cause l'ensemble des implantations de mobiliers urbains d'informations présents sur le territoire (90 mobiliers urbains d'informations 2m² de type mono-pied) ainsi que les colonnes culturelles qui ne répondent nécessairement pas à l'exigence du « double face » et à la limitation du format prévue de 8m² prévue à date vis-à-vis de tout type de mobilier urbain (dernier alinéa de l'article 7).

Proposition : En conséquence, sur l'ensemble de ces points, nous préconisons de supprimer la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité » et d'autoriser le mobilier urbain publicitaire en toutes zones du RLP, en le maintenant sous le régime prévu par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement. Par ailleurs, il conviendra de maintenir la levée de l'interdiction relative de publicité prévue à son égard en abords de monuments historiques (article 12 du RLP).

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP.

Post 4-32 JC Decaux

Proposition : Enfin, vis-à-vis du format prévu à son égard en abords de monuments historiques (article 12 du RLP). et vis-à-vis du format de publicité autorisé, nous préconisons de faire préciser au règlement que cette mesure ne concerne que les mobiliers urbains d'informations prévus à l'article R.581-47 du code de l'environnement, En effet, pour les quatre autres types de mobiliers urbains, le code de l'environnement prévoit d'ores et déjà des contraintes de format à leur égard.

- Réponse MO : La commune prend en compte la demande de précision formulée concernant les contraintes de format pour le mobilier urbain et précisera donc à quel type de mobilier urbain le format s'appliquera.

Post 4-33 JC Decaux

Proposition : Amender le lexique du projet de RLP (Titre ID) en amendant la définition des « dispositifs publicitaires » et en amendant l'article 7 du règlement portant sur le mobilier urbain, comme suit : « Dispositif (publicitaire) : Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode ».

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

- REGISTRE DEMATERIALISE

Demat 5-34 UPE

L'efficacité d'une implantation : LE FORMAT

Historiquement, la communication extérieure s'appuie sur des formats d'affiche standards. En effet, le média recourt à une chaîne logistique qui ne peut exister que par des processus standardisés (imprimeurs, matériels, logistique, optimisation des coûts).

Un format standard se dégage en France dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : le format dit « 8 m² » qui correspond en fait à un format d'affiche réel d'environ 6,70 m². Le décret no 2023-1007 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes (JO du 1er Novembre 2023) a acté ce format avec une surface d'encadrement à 10,50 m².

Proposition : Il convient de tenir compte des éléments d'encadrements propres à chaque opérateur afin de déterminer la surface unitaire maximale « encadrement compris » autorisée des dispositifs publicitaires dans le futur RLP afin d'appréhender la très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour.

A ce jour, il a été retenu un format de 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de dispositifs en France uniquement pour quelques centimètres de moulures, tout en conservant le format d'affiche universel (voir illustration page suivante).

Ce format a d'ailleurs été confirmé par le décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes et repris aux articles R.581-26 et R.581-32 du code de l'environnement.

- Réponse MO : Pas de remarque à apporter, le format inscrit dans le RLP est bien de 10.50m².

Demat 5-35 UPE

Observation : Le projet de RLP ne présente aucune étude d'impact économique et social et ce, tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux. Cette étude aurait pourtant pu éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et permis d'évaluer les conséquences du texte présenté.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Afin d'avoir une vision concrète et opérationnelle du présent projet de réglementation, un impact sur le parc de dispositifs publicitaires actuel d'un adhérent de l'UPE est présenté dans les pages suivantes.

Réponse MO : Le code de l'environnement énumère les documents composant le dossier de Règlement Local de Publicité (RLP). A la lecture du code, aucune étude d'impact n'est nécessaire à l'élaboration, la révision ou la modification d'un RLP. La définition du projet de RLP de la commune se base principalement sur le diagnostic territorial présent dans le rapport de présentation et reprenant de manière exhaustive l'ensemble des dispositifs de publicité et de préenseigne repérés sur la commune. Ce diagnostic a permis de relever des enjeux, traduits politiquement dans les objectifs et les orientations débattues en conseil municipal pour enfin pouvoir, sur cette base, rédiger le règlement littéral.

Enfin, l'impact présenté par l'UPE dans sa contribution mériterait d'être mieux expliqué pour pouvoir être éventuellement pris en compte, notamment en détaillant les éléments objectifs sur lesquels l'UPE se base pour fournir cet impact.

Il aurait été intéressant de disposer des éléments de l'UPE au regard de la réglementation actuelle, de son respect sur le territoire et des éléments au regard de la future réglementation.

Demat 5-36 UPE

Observation : Comme en témoigne le parc de dispositifs publicitaires sur domaine privé d'un adhérent de l'UPE, représentatif du secteur d'activité, l'audience ne se résume pas à couvrir l'ensemble d'un territoire mais nécessite d'être présent dans les secteurs et axes où se concentrent les déplacements.

Dans le territoire de Lens, les secteurs peu urbanisés sont très peu concernés par des implantations et ce, même si la loi le permet actuellement.

On constate d'ailleurs à ce jour un nombre très restreint de dispositifs publicitaires (dispositifs représentés par un point bleu sur la cartographie ci-contre).

- Réponse MO : la commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP

Demat 5-37 UPE

Observation : A l'égard d'un opérateur proposant une offre « grand format » présent sur le territoire, et tel que rédigé, le projet de RLP a pour conséquence une perte sèche de 100% du parc de dispositifs publicitaires sur le domaine privé. Ce niveau de dépose entraîne une disparition du média et d'une activité économique sur la ville. Les annonceurs se détourneront vers des médias non ou peu réglementés, beaucoup plus consommateurs d'énergie et plus émetteurs de gaz à effet de serre (contraire à toute logique environnementale).

- Réponse MO : la commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP

Demat 5-38 UPE

Projet de RLP de Lens : **impact** sur le parc « **grand format** » d'un adhérent de l'UPE

A l'image d'un autre média (la télévision), ce projet équivaldrait à supprimer 10 téléspectateurs sur 10.

La combinaison « baisse de format / perte d'audience » conduit à une disparition du média. Les annonceurs se détourneront vers d'autres médias, très peu, voire non réglementés. Cela engendrera ainsi **une perte d'emplois locaux**.

Observation :

- Réponse MO : la commune prend en compte la remarque et modifie son projet de RLP

Demat 5-39 UPE

Zone de Publicité n°1 (ZP1) - Axes routiers à enjeux : cette zone, matérialisée en jaune sur le plan annexé, concerne les axes de grande circulation ou ont été localisés dans leur majorité les dispositifs de publicité et de préenseignes ;

Zone de Publicité n°2 (ZP2) - Stade Bollaert-Delelis : cette zone reprend l'emprise du Stade Bollaert-Delelis matérialisée en orange foncé sur le plan annexé

Zone de Publicité no 3 (ZP3) - Zones d'activités : cette zone matérialisée en bleu sur le plan annexé regroupe ls zones d'activités économiques, artisanales et industrielles reprises par le Plan Local d'Urbanisme (PLU).

Zone de Publicité n°4 (ZP4) - Autre zone agglomérée : cette zone matérialisée en gris sur le plan annexe comprend le reste du territoire de la commune de Lens.

Observation : Nous adhérons à ce zonage simple en adéquation avec le milieu urbain : axes de circulation, zones d'activités, zones résidentielles

Réponse MO : Pas de remarque à apporter

Demat 5-40 UPE

Il est institué sur le territoire de la commune de Lens, au sens du code de l'environnement, des zones qui soumettent les publicités, les préenseignes et les enseignes à des prescriptions particulières complétant et adaptant celles du régime général du code de l'environnement.

Il est à noter qu'en vertu de l'article L581-14 du code de l'environnement, l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, la métropole de Lyon ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10. »

Ainsi, le RLP a pour objet principal d'adapter (et non de compléter) localement les seules dispositions du règlement national de publicité (RNP), issu du code de l'environnement.

Proposition : Pour toutes ces raisons, il conviendra de supprimer la mention selon laquelle le RLP complète les dispositions du RNP.

- *Réponse MO : La remarque sera prise en compte et le projet de RLP modifié*

Demat 5-41 UPE

Section 5: Délais de mise en conformité

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, les dispositifs de publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) présents sur la commune de Lens qui ne sont pas conformes aux dispositions du règlement local de publicité doivent se mettre en conformité selon différents délais : Les enseignes ont un délai de 6 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du présent RLP. Les publicités et préenseignes ont un délai de 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du présent RLP. Par ailleurs, les dispositifs non conformes aux dispositions antérieures au RLP, doivent se mettre en conformité immédiatement.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Il est à noter qu'en vertu de l'article R581-88 du code de l'environnement, « Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur d'un règlement local de publicité prévu aux articles L. 581-14 et L. 581-14-4 qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce règlement peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit règlement »

Proposition : Pour toutes ces raisons, il conviendra de préciser que les délais de mise en conformité de 6 ans ou 2 ans courent à compter de l'entrée en vigueur du RLP.

- Réponse MO : Les dispositions du code de l'environnement concernant la mise en conformité de l'ensemble des dispositifs ont été reprises dans le cadre du présent RLP. Aussi, la commune, à la lecture de ces dispositions, maintient la rédaction de cette section qui se borne à reprendre les délais légaux et réglementaires du code de l'environnement. Toutefois et pour être encore plus précis, la commune ajoutera dans cette section que le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité différents pour certains dispositifs particuliers.

Demat 5 - 42 UPE

La commune de Lens étant dotée d'un Règlement Local de Publicité, le Maire de la commune est l'autorité compétente pour connaître de la réglementation relative à la publicité extérieure ainsi qu'à celle des enseignes Il est à noter que depuis la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets et à défaut d'être transférées au président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par principe par le Maire au nom de la commune et ce, peu importe l'existence ou non d'un RLP (nouvel article L.581-3-1 du Code de l'environnement).

Proposition : Pour toutes ces raisons, il conviendra d'intégrer les nouvelles dispositions de l'article L 581-3-1 du code de l'environnement au RLP.

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet de RLP modifié

Demat 5 - 43 UPE

Section 6 - Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de préenseigne et d'enseigne

A noter, qu'en complément de cette déclaration ou autorisation, dans le cadre de travaux ayant pour objet de modifier l'aspect extérieur de la construction, il convient de déposer une demande de déclaration préalable de travaux ou de permis de construire conformément aux dispositions du code de l'urbanisme. Le code de l'environnement soumet les publicités et préenseignes à déclaration préalable ou à autorisation préalable suivant le type de dispositifs envisagés.

Ces dispositifs ne sont pas soumis aux déclarations ou autorisations de travaux prévues par le code de l'urbanisme. En effet, en application de l'article R*425-29 du code de l'urbanisme, « L'installation de dispositifs de publicité, enseignes ou pré-enseignes, régie par les dispositions du chapitre 1er du titre VIII du livre V du code de l'environnement, est dispensée de déclaration préalable ou de permis de construire »

Proposition : Il conviendra donc de supprimer cette mention dans le futur RLP.

- Réponse MO : La précision apportée par la commune à cette section vise à informer les pétitionnaires des différentes procédures à appliquer en fonction des projets qu'ils souhaitent développer. Aussi, la commune maintient cette précision dans son RLP, cette dernière apportant des informations en fonction des travaux prévus. La commune explicitera davantage cette précision pour bien distinguer la procédure applicable au titre du code de l'environnement de celle applicable au titre du code de l'urbanisme.

Demat 5 - 44 UPE

Les dispositifs équipés d'une passerelle ou de tout autre élément technique sont interdits.

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs. » De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Proposition : Dans ces conditions, afin de tenir compte des obligations légales et réglementaires en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante : « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Réponse MO : La commune ne souhaite pas modifier cette disposition dans son RLP. En effet, les dispositifs publicitaires avec passerelles ou tout autre élément technique constituent des dispositifs imposants qui nuisent à l'environnement dans lequel ils s'intègrent. Aussi, la volonté de la commune est de supprimer ce type de dispositif sur son territoire dans un souci d'amélioration du cadre de vie des habitants.

Demat 5 - 45 UPE

Dispositions Générales

Article 9: Dispositions relatives aux bâches de chantier, bâches publicitaires et aux dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format. Les bâches publicitaires sont interdites, sous réserve des dispositions applicables à chaque zone. Article 9.2 : Dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique sont interdits. L'article 9 du projet de RLP interdit les bâches publicitaires dans l'ensemble du territoire et l'article 9.2 interdit les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles supportant de la publicité numérique. Or, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont soumis à autorisation du Maire au cas par cas. La loi confère ainsi au Maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités. Ainsi, il convient de ne pas interdire par principe ces outils de communication puisque ces dispositifs sont soumis à autorisation préalable.

Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des évènements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés.

Proposition : Dans ces conditions, nous préconisons donc de permettre l'implantation des bâches publicitaires en toute zone et d'appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas. Nous demandons également de ne pas interdire a priori la publicité numérique sur les dispositifs de dimensions exceptionnelles.

- Réponse MO : Le code de l'environnement distingue deux types de bâches : les bâches de chantier et les bâches publicitaires. Les bâches de chantier sont autorisées dans le cadre du présent RLP. Concernant les bâches publicitaires, ces dernières ne sont autorisées que dans la ZP2 - Stade Bollaert. En effet, au regard de l'importance de cet équipement à envergure nationale et internationale, il a été choisi de permettre un mode de communication en relation avec cet équipement. Concernant les 3 autres zones, il n'a pas été jugé nécessaire d'autoriser les bâches publicitaires, car ces secteurs, au regard de leur morphologie urbaine et de leur fonctionnalité, ne répondent pas à ce type de besoin

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Dispositions Générales

Article 11 : Dispositions relatives aux dispositifs lumineux

De plus, les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce. Ces derniers sont limités à un dispositif par commerce et par voie ouverte à la circulation et ne peuvent avoir une surface supérieure à 1m^2 . Au regard de notre propre diagnostic, nous tenons à apporter les précisions suivantes : Les dispositifs numériques en vitrine ne connaissent pas un développement surdimensionné. Ils sont effectivement présents en centre-ville car ils répondent à une communication de magasin de proximité. Il est notoire que leur présence se dilue en fonction de l'éloignement du centre.

La très grande majorité de ces écrans ont un format se situant entre $0,80\text{m}^2$ et 1m^2 quelques-uns avec un format 2m^2 pour répondre à un format standard national, avec généralement des efforts d'intégration au sein de l'espace vitrine. Il n'y a généralement qu'un seul dispositif numérique par enseigne (mais parfois complété par de nombreux dispositifs éclairés).

Pour un même type d'activité, il nous paraît discriminatoire de se projeter sur des tailles ou nombre différents d'écrans autorisés. De plus, le projet de RLP autorise les enseignes lumineuses en vitrine avec une surface cumulée de 2m^2 alors que les publicités lumineuses en vitrine voient leur surface limitée à 1m^2 . Ce projet de RLP multiplie les formats et gagnerait en simplicité en ne retenant qu'un format unique (2m^2) pour les dispositifs lumineux en vitrine.

Propositions : Afin de tenir compte des multiples usages de ces dispositifs dans des espaces plus ou moins grands et soucieux de pouvoir offrir à l'ensemble des acteurs les mêmes possibilités d'exploitation, nous vous suggérons les propositions suivantes :

. 1 seul et unique dispositif numérique par façade et par rue dans la limite de 2m^2 par dispositif;

. extinction entre 23 h et 7 h du matin, lorsque l'activité de l'établissement a cessé, de la même manière que pour les enseignes (article 11) : et ce, sur l'ensemble du territoire.

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet modifié

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Demat 5 - 47 UPE

Devanture commerciale : la devanture commerciale représente sur la façade d'un immeuble commercial tout élément extérieur qui exprime la présence d'un commerce.

Proposition : Nous préconisons de reprendre la définition de la devanture commerciale donnée par le guide pratique relatif à la réglementation de la publicité extérieure du ministère de l'Environnement (page 210) :

Devanture : Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet modifié

Demat 5 - 48 UPE

Dispositif numérique : un dispositif numérique est un dispositif lumineux comportant des diodes, leds et qui a pour objet d'afficher des images dynamiques et des vidéos. Cette définition du dispositif numérique donnée par le lexique limite les exemples de technologie utilisable en ne tenant pas compte des autres technologies comme le LCD par exemple

Proposition : Dans ces conditions, nous préconisons de ne pas dresser une liste exhaustive de technologies possibles

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet modifié

Demat 5 - 49 UPE

Lexique

Dispositif publicitaire : un dispositif publicitaire renvoie à la fois à un dispositif de publicité et à un dispositif de préenseigne.

Proposition : Il convient de reprendre expressément la définition donnée par le guide pratique relatif à la réglementation de la publicité extérieure du ministère de l'Environnement (page 211), l'application du régime de la publicité aux préenseignes est déjà rappelée au RLP : Dispositif (publicitaire) : Terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Dispositions générales applicables à l'ensemble des zones

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, les publicités et préenseignes sont soumises au même régime. En conséquence, les dispositions énoncées dans le présent chapitre s'appliquent tant aux publicités qu'aux préenseignes. Les dispositions figurant à la suite de ce chapitre s'appliquent à l'ensemble des zones, sauf dispositions spéciales applicables dans chaque zone.

- Réponse MO : la remarque sera prise en compte et le projet modifié

Demat 5 - 50 UPE

Mur aveugle : un mur aveugle est un mur qui ne contient aucune ouverture (c'est-à-dire qui ne comporte notamment ni porte, ni fenêtre)

L'article R581-22 du code de l'environnement interdit la publicité « 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 mètre carré ».

Proposition : Il convient d'appliquer, en la matière, les dispositions du règlement national de publicité (RNP) et de préciser au projet de règlement que les publicités murales peuvent être implantées sur les murs aveugles ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètres carrés.

- Réponse MO : La commune a souhaité, dans son RLP, simplifier la compréhension et l'application des dispositions du code de l'environnement relatives aux dispositifs publicitaires apposés à un mur. Aussi, il a été décidé de n'autoriser ces dispositifs que sur les seuls murs aveugles ceci permettant une meilleure intégration de ces derniers dans leur environnement, d'autant plus si le dispositif mural est éclairé.

Demat 5 - 51 UPE

Chapitre 1 : Zone de Publicité no1 - Axes routiers à enjeux

Article unique : Dispositions relatives à la densité

La pose d'un dispositif de publicité est interdite sur les unités foncières au linéaire inférieur à 60m. Au regard de l'urbanisation et du morcellement parcellaire constatés, le minimum de linéaire fixé à 60 mètres pour l'installation d'un dispositif paraît très élevé.

Cette règle de densité ne fait aucune distinction entre le linéaire d'un bâti seul sur son unité foncière et le linéaire d'une unité foncière comprenant de l'espace non bâti.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Cette longueur de 60 mètres est rarement existante sur des façades de maison de ville ne possédant pas de terrain, à l'image de l'exemple ci-après. Imposer un linéaire minimum sur un support mural n'apporte aucune plus-value environnementale, le dispositif ne crée pas d'obstacle visuel car il s'appuie sur un objet préexistant.

Propositions : Concernant les dispositifs muraux, nous demandons l'application de la règle de densité prévue au règlement national de publicité (RNP) avec une limitation à 1 seul dispositif par façade. Concernant les dispositifs scellés au sol, nous souhaitons l'application d'un linéaire minimale de 20 mètres pour l'installation d'un dispositif scellé au sol. Cette simple application portée à 20 mètres a pour conséquence la dépose de près de 50% du parc.

- Réponse MO : la ZP1 identifie les axes routiers à enjeux ainsi que les entrées de ville qui leur sont liées. Ces axes représentent donc des secteurs stratégiques sur lesquels la commune a souhaité intervenir pour améliorer le cadre de vie des habitants ainsi que l'environnement des entrées de ville, très souvent surchargées de publicité. Bien que la commune comprenne et entende la remarque de l'UPE et la nécessité de pouvoir bénéficier d'un média visible, elle ne souhaite pas modifier la règle de densité en ZP1. Toutefois la commune étudiera l'impact d'une telle réglementation dans l'application de son RLP et pourra au besoin modifier cette règle si celle-ci paraissait inadaptée aux enjeux relevés.

Demat 5 - 52 UPE

Chapitre 4 - Zone de publicité n°4 - Autre zone agglomérée

Article 3: Dispositions relatives aux dispositifs apposés au mur

Les dispositifs apposés au mur sont interdits.

Comme exposé précédemment, le média a besoin d'une couverture la plus large possible du territoire pour proposer aux annonceurs une audience maximale.

Un dispositif mural ne modifie en rien le champ visuel parce qu'il repose sur un obstacle préexistant.

Proposition : Nous demandons d'autoriser en zone 4 les dispositifs muraux sous leur format standard de 8 m² d'affiche / dispositif à 10.50 m², encadrement inclus.

- Réponse MO : La ZP4 regroupe essentiellement des secteurs urbains de type maisons individuelles ou cités minières. Dans certaines d'entre elles, de nombreux enjeux de mise en valeur du patrimoine ont été repérés en lien avec la protection liée aux

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

monuments historiques. De plus, au regard du diagnostic effectué, très peu de dispositifs de publicité sont présents sur cette zone. Dès lors, à l'appui du diagnostic et dans le souci de la préservation du cadre de vie des Lensois et de la mise en valeur du patrimoine, la commune ne souhaite pas autoriser les dispositifs muraux dans cette zone.

Demat 5 - 53 UPE

Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis de la gare de Lens,

Propositions : *les règles suivantes* :

Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée :

Suppression de l'obligation d'un pied unique pour ce secteur. En effet, imposer des dispositifs de type monopied n'apporte pas de plus-value environnementale mais n'engendre uniquement que des coûts exorbitants non justifiés par des considérations circonstanciées relatives à la protection du cadre de vie :

Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec un format de surface d'écran de 2 m².

- Réponse MO : La commune ne souhaite pas créer de dispositions particulières pour les gares, leurs parvis ou tout autre équipement. Le RLP divise le territoire en différentes zones qui ont été repérées en fonction de leur fonctionnalité et leur morphologie urbaine. Aussi, les dispositions du règlement se développent dans le cadre de ces zonages. La création de dispositions particulières pour les gares viendrait complexifier l'écriture réglementaire du RLP et porter atteinte à la cohérence même des zonages et du règlement. Enfin, la commune souligne que la gare est inscrite à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques et qu'elle fait également partie du bien inscrit à l'UNESCO.

Quant au parvis, ce dernier est situé en zone tampon UNESCO et de facto en abords du monument historique qu'est la gare. Les enjeux patrimoniaux sur ce secteur étant très forts, il n'est pas pertinent de permettre des règles plus permissives que celles inscrites dans le projet de RLP.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Observation : La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de Lens en cours d'enquête publique. A ce titre, nous souhaitons vous faire part de quelques observations sur les règles relatives au mobilier urbain qui y sont inscrites.

En effet, traité de manière spécifique par les textes (sous-section dédiée à « l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire » au sein du Code de l'environnement), le mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire » (c'est-à-dire, un dispositif principalement, voire exclusivement, dédié à de la publicité commerciale).

Support de publicité qu'« à titre accessoire » (article R.581-42 du Code de l'environnement), le mobilier urbain a pour fonction principale de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers (abris voyageurs et service public des transports - article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, mobiliers d'informations et service public de l'information - Conseil d'Etat 10 juillet 1996 « Coisne », requête n°140606).

Cette spécificité a d'ailleurs été rappelée par les juges qui considèrent que « le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, (et] a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° /9NC02575, plus récemment TA Orléans 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Rennes, 13 avril 2023, requête n°2003094).

- Réponse MO Pas de remarque à apporter

- Demat 6-55 JCD

Observation : Le mobilier urbain ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens. Ce sont les recettes publicitaires du mobilier urbain qui permettent de financer le modèle (installation, entretien, maintenance des mobiliers urbains tout au long du contrat) et les services qui lui sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques...), le tout participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

En outre, il est important de rappeler que, contrairement aux dispositifs publicitaires. L'implantation du mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité :

- par le contrat public qui en définit le nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation ;
- au titre des autorisations d'occupation du domaine public afférentes qui permettent à la collectivité de valider au cas par cas les implantations ;
- par le biais des formulaires de déclarations et autorisations préalables de publicité prévus par le Code de l'environnement (CERFA n° 14799*01 et n°14798*01);
- dans les périmètres protégés (notamment sites patrimoniaux remarquable et abords des monuments historiques) à l'appui des déclarations préalables de travaux prévues par le Code de l'urbanisme (CERFA n° 13404*10) qui sollicitent l'intervention de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).
- Réponse MO : pas de remarque à apporter si ce n'est que le contrat de mobilier urbain ne peut se substituer au Règlement Local de Publicité

Demat 6-56 JCD

Observation : Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante. En effet, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine conserve à tout moment la possibilité de refuser une implantation sur son territoire, et ce même si le RLP l'autorise au départ.

Sur la forme, le projet de règlement écrit prend soin de traiter de la « Publicité sur mobilier urbain » comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires classiques (cf. définition spécifique au sein de l'article Section 3 « Définitions générales » et article 7 « Dispositions relatives au mobilier urbain pouvant supporter de la publicité »), ce que nous approuvons.

- Réponse MO : pas de remarque

Demat 6-57 JCD

Dans celle optique et en vue de parfaire la bonne compréhension du futur régime du RLP, **Proposition** : nous préconisons :

Rapport
Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

- D'insérer la mention suivante au sein du paragraphe « Section 3 : Définitions générales » :

« La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le présent RLP ».

- Réponse MO : Le Titre 1 Section 3 traite des définitions légales des différents dispositifs faisant l'objet du présent RLP.
- Aussi, la commune ne trouve pas pertinent d'ajouter cette précision à cette section. Toutefois, cette précision sera apportée au Titre 3 Section 2 Article 7 traitant du mobilier urbain et remplacera la première phrase de l'article.

Demat 6-58 JCD

Proposition : D'amender le lexique du projet de RLP (Titre II) en modifiant la définition des « dispositifs publicitaires » et en amendant l'article 7 du règlement portant sur le mobilier urbain, comme suit :

- « Dispositif (publicitaire) : ~~dispositif publicitaire : un dispositif publicitaire renvoie à la fois à un dispositif de publicité et à un dispositif de préenseigne.~~ Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode ».

N.B.: la Section 2 du Titre III du RIP rappelle déjà le régime opposable aux dispositifs de préenseignes et conformément aux dispositions du code de l'environnement, les publicités des préenseignes sont soumises au même régime».

• Conformément au code de l'environnement. le mobilier urbain supportant de la publicité est limitativement énuméré :

- Les abris destinés au public :
- Les kiosques à journaux et les autres kiosques d'usage commercial édifiés sur le domaine public :
- Les colonnes porte-affichages :
- Les mâts porte-affichages :
- Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires.

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

Le mobilier urbain ne supportant qu'à titre accessoire de la publicité, il n'est pas considéré au titre du présent RLP comme un dispositif (publicitaire).

- Réponse MO : Concernant la demande de modification de la définition d'un dispositif publicitaire, la commune souhaite suivre la remarque de la société JCDecaux et modifiera son projet de RLP.
- Concernant la deuxième remarque : Le code de l'environnement traite effectivement de manière différenciée la publicité et la publicité supportée par le mobilier urbain. Le présent RLP reprend cette distinction en prévoyant des dispositions spécifiques pour le mobilier urbain supportant de la publicité. Néanmoins, les dispositions relatives au mobilier urbain comme support publicitaire figurant à la section 2 intitulée "Publicité" du titre VIII du Livre V de la partie réglementaire du code de l'environnement et n'étant pas clairement distinguées des publicités, la commune ne souhaite pas suivre la proposition qui consiste à affirmer que le mobilier urbain, au titre du RLP, n'est pas considéré comme un dispositif publicitaire.

Demat 6-59 JCD

Proposition : *de ne pas employer le vocable de « dispositif » vis-à-vis du mobilier urbain (exemple à l'article 7 titre III : « ~~Les dispositifs mobiliers urbains numériques sont autorisés~~ »)*

- Réponse MO : la commune ne souhaite pas prendre en compte cette remarque

Demat 6-60 JCD

Observation : Sur le fond, nous craignons que certaines orientations limitent les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire, ce qui aurait pour conséquence immédiate de réduire le financement du mobilier urbain par la publicité et donc, de restreindre les services pouvant être offerts aux collectivités et ses usagers.

En effet, nous relevons au projet de RLP la mention selon laquelle « *l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité* » (article 7 du RLP).

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Or, ces dispositions générales, insérées en section 2 du projet, contiennent notamment des dispositions en matière de densité (article 2) et des contraintes d'implantation vis-à-vis des dispositifs (publicitaires) scellés au sol avec imposition du « monopied » et la limitation aux dispositifs de type « double-face » (article 4).

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP.

Demat 6-61 JCD

Observation : D'une part, il est à rappeler sur ce point que le mobilier urbain publicitaire n'est soumis à aucune règle de densité au titre du Code de l'environnement (non-opposabilité de l'article R.581-25). D'autre part, il n'est pas nécessaire que le futur RLP prévoit des contraintes d'implantation et/ou d'exploitation des publicités sur mobilier urbain alors que la collectivité en conserve l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix. Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire fait en effet l'objet d'une étude au cas par cas et d'un aval préalable des services avant toute installation.

Par ailleurs, dans les périmètres protégés (abords monuments historiques notamment), l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France est requis, Ainsi, la Ville, comme l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en périmètres protégés, peuvent refuser **toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée**, même lorsque ce dernier est autorisé par le biais du RLP. Enfin, lorsqu'il supporte de la publicité lumineuse (mobilier urbain numérique), il est soumis à l'autorisation prévue à l'alinéa 3 de l'article L.581-9 du Code de l'environnement, laquelle tient nécessairement compte du « cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement » (article R.581-15 dudit Code).

Réponse MO : La commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP.

Demat 6- 62 JCD

Si l'opposabilité de ces contraintes était maintenue dans le texte approuvé, il est à noter qu'elles remettraient en cause l'ensemble des implantations de mobiliers urbains d'informations présents sur le territoire (90 mobiliers urbains d'informations 2m² de type bipied) ainsi que les colonnes culturelles qui ne répondent nécessairement pas à

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

l'exigence du « double face » et à la limitation du format prévue de 3m² prévue à date vis-à-vis de tout type de mobilier urbain (dernier alinéa de l'article 7).

Proposition : *En conséquence, nous préconisons de supprimer la mention selon laquelle « l'ensemble des dispositions générales précitées s'applique pour le mobilier urbain pouvant supporter de la publicité » et d'autoriser le mobilier urbain publicitaire en toutes zones du RLP, en le maintenant sous le régime prévu par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.*

- Réponse MO : La commune prend en compte la remarque liée à l'article 7 et modifie son projet de RLP.

Demat 6-63 JCD

Proposition : *En outre, nous préconisons de maintenir la levée de l'interdiction relative de publicité prévue à l'égard du mobilier urbain en abords de monuments historiques (article 12 du RLP).*

Réponse MO : L'article 12 du projet de RLP dispose que dans les abords de monuments historiques, le RLP, conformément à l'article L-581-8 du code de l'environnement, autorise la réintroduction de la publicité sur mobilier urbain.

Demat 6-64 JCD

Proposition : *Enfin, vis-à-vis du format de publicité autorisé, nous préconisons de faire préciser au règlement que cette mesure ne concerne que les mobiliers urbains d'informations prévus à l'article R.581-47 du code de l'environnement. En effet, pour les quatre autres types de mobiliers urbains, le code de l'environnement prévoit d'ores et déjà des contraintes de format à leur égard (articles R.581-43 à R.581-46).*

Réponse MO : La commune prend en compte la demande de précision formulée concernant les contraintes de format pour le mobilier urbain et précisera donc à quel type de mobilier urbain le format s'appliquera.

- COURRIELS : aucune contribution
- ADRESSE ELECTRONIQUE : aucune contribution

13.3 AVIS du Commissaire Enquêteur sur les Contributions apportées et les réponses du Maître d'Ouvrage.

- Synthèse des avis : Les personnes publiques associées ont dans leur ensemble été favorables au projet de Révision avec quelques remarques
 - Détail des avis :
 - PPA : 26
 - 3 ont donné un avis favorable
 - 4 ont donné un avis favorable avec remarques
 - 13 n'ont pas répondu ce qui équivaut à un avis favorable
 - Associations
 - 3 associations n'ont pas répondu ce qui équivaut à un avis favorable
 - Professionnels de la Publicité
 - 1 professionnel de la publicité a émis 17 propositions
 - 1 syndicat professionnel a émis 35 propositions
 - Entreprise
 - 1 n'a pas répondu ce qui équivaut à un avis favorable

Synthèse des Professionnels : Les observations et contributions sont principalement venues du syndicat professionnel UPE et du professionnel de la publicité JC Decaux.

- UPE (35 observations/propositions) et JC Decaux (17 propositions)

La procédure de concertation préalable en 2023 a été bien menée et échelonnée sur une grande durée ce qui a permis une bonne participation du public et des commerçants lors des 2 tables rondes et des 3 réunions publiques ce qui a sûrement eu pour conséquence la faible participation du public aux 3 permanences de l'enquête publique en 2024.

La commune a répondu de manière relativement précise à toutes les propositions et observations faites par les PPA et les autres contributeurs UPE et JC Decaux.

Je constate que beaucoup de modifications suite à la concertation préalable et à l'enquête publique sont bien prises en compte par la ville.

Le sujet principal des professionnels est de pouvoir préserver leur métier tout en prenant en compte les objectifs de la ville. Leurs remarques concernent beaucoup les dispositifs à changer ou supprimer mais ils ne semblent pas opposés au projet car ils réclament du temps et le respect des délais de mise en conformité. Ils souhaiteraient aussi fixer de 23h à 7h les heures d'arrêt des dispositifs lumineux

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Le point important à fixer par la ville est celui du linéaire de 60 m à faire évoluer et cela préoccupe beaucoup les professionnels qui ont émis des propositions dans ce sens. La règle de densité est donc à revoir et il y a là des attentes réelles des professionnels

Les PPA sont très concernés par la préservation des sites et des paysages, du cadre de vie et de la gestion équilibrée de l'espace. Ils sont aussi préoccupés de la préservation des abords des sites monuments historiques et des entrées de ville

14 Prolongation de l'Enquête :

Compte tenu des échanges, de la concertation préalable, du déroulement de l'enquête et des 18 jours fixés, il ne m'a pas paru nécessaire de prolonger l'enquête

15 Evènements Particuliers

Aucun évènement particulier n'est à signaler dans le déroulement de cette enquête

16 Climat Général de l'Enquête

Le climat général a été très bon avec l'ensemble des participants tout au long de la procédure facilitée par la coopération efficace de la Commune et en particulier du service concerné de Monsieur BOUSIAC.

17 Annexes

- La déclaration du commissaire enquêteur avant EP
- Décision du TA
- Arrêté d'ouverture
- Avis d'enquête
- Certificats Annonces Presse
- Certificats d'affichage de la Mairie
- Comptes-rendus des réunions de travail
(10janv,17janv,7fev,22fev,28mars,11avr,3mai)
- Comptes-rendus des 3 permanences
- Courriers PPA
- Avis des PPA
- Mémoire en réponse aux PPA (dans le dossier de l'enquête)
- PV de Synthèse

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Mémoire en réponse du PV de Synthèse
- Copie Registre papier
- Registre numérique
- Vademecum
- Lens Mag

18 Réflexions du Commissaire Enquêteur

Il me semble en analyse globale que la commune a répondu favorablement à de nombreuses propositions montrant par-là ses qualités de concertation et d'ouverture au dialogue constructif avec tous les intervenants et qui s'est traduit par un climat paisible et ouvert aux discussions et aux compromis, chacun prenant en compte les objectifs de l'autre.

Mes échanges avec les professionnels se sont produits le dernier jour d'enquête et font état de la participation de la ville de Lens qui a une bonne qualité d'écoute (mentionnée plusieurs fois par ces professionnels) en voulant faire avancer les choses et les adapter de manière cohérente et pertinente.

19 Avis global du Commissaire Enquêteur sur cette partie

L'enquête s'est déroulée conformément à la procédure fixée avec le respect de toutes les étapes.

Il n'y a pas eu de problème de mise à disposition du dossier ni des registres qui étaient conformes.

Nous n'avons pu que constater l'absence de public aux 3 permanences sauf les 2 professionnels concernés.

La révision ne remet pas en cause l'économie générale du projet

Le projet propose et adapte des mesures favorables à la protection du cadre de vie et de l'environnement en ne créant pas de risques supplémentaires de nuisance

Elle assure un bon équilibre entre la protection du cadre de vie et la liberté d'expression

Nous avons tous les éléments pour établir nos conclusions et donner notre avis

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

Remis à LENS Le 17 Mai 2024

Le Commissaire Enquêteur

Roger VALET

Reçu le 17 Mai 2024

Pour le Maire de LENS

M. Arnaud BOUSIAC

Rapport

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

de la Ville de LENS

Enquête Publique

du Lundi 15 Avril 2024 à 9h

au Vendredi 3 Mai 2024 à 17h

Commissaire Enquêteur

Roger VALET

CONCLUSIONS et AVIS

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

TABLE des MATIERES

1- L'objet de l'enquête.....	3
2- Le projet et ses enjeux	3
3- Cadre réglementaire.....	4
4- Organisation de l'enquête	5
5- Dossier.....	5
6- Déroulement	7
6-1 Procédures.....	7
6-2 Bilan des contributions	8
6-3 Les enseignements de l'enquête.....	9
7- Appréciation du Projet	10
8- Conclusions Motivées.....	10
9- Avis	12
10-Pièces jointes	13

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

1-L'objet de l'enquête

L'enquête Publique porte sur la Révision du Règlement Local de Publicité afin de :

- Mettre à jour le RLP au regard de l'évolution de la législation en matière d'affichage extérieur,
- Adapter le RLP aux différentes évolutions technologiques intervenues depuis son entrée en vigueur en 2011
- Prendre en compte la dimension patrimoniale au sein du RLP, en lien avec l'inscription UNESCO du Bassin Minier et en lien également avec le Plan Local d'Urbanisme (PLU) de la commune,
- Articuler le RLP avec l'ensemble des politiques publiques mises en œuvre sur le territoire de la commune,
- Articuler le RLP autour de l'équilibre à trouver entre les besoins exprimés par les acteurs économiques et la nécessaire prise en compte des enjeux climatiques et du cadre de vie des habitants,
- Porter une réflexion sur l'adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE).

2- Le projet et ses enjeux

Le projet de révision du RLP a été retenu car il répond à plusieurs objectifs, notamment au regard de la protection de l'environnement et l'amélioration du cadre de vie des habitants :

- Réduire la densité des panneaux publicitaires sur les axes structurants de la commune,
- Intervenir sur les entrées de ville, notamment au regard de l'importance des panneaux publicitaires dans ces secteurs clefs,
- Adapter les horaires d'extinction des dispositifs lumineux sur l'ensemble du territoire,
- Encourager l'utilisation de matériaux durables et locaux dans la composition des enseignes.

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

3- Cadre réglementaire

- 12/07/2010 Loi ENE (Engagement National pour l'Environnement)
- 30/01/2012 Décret 2012-118 sur la publicité extérieure, enseignes et pré-enseignes
- 25/03/2014 Instruction Gouvernementale (publicités, enseignes et pré-enseignes)
- 22/08/2021 Loi Climat et Résilience : réglementation de l'affichage publicitaire
- 09/06/2023 le Conseil Municipal de LENS élabore la procédure de révision générale du RLP avec un débat sur les objectifs et les orientations de ce RLP
- 30/10/2023 Décret 2023-1007 : surfaces des publicités, enseignes, pré-enseignes
- 23/11/2023 LOI Climat et Résilience : modifications à compter du 1/1/2024 (Maire, Police de la Publicité sur leur territoire)
- 06/12/2023 le Conseil Municipal de LENS fait le bilan de la concertation préalable et arrête le projet de révision du RLP (Enjeux, Objectifs, Orientations, Choix retenus)
- 29/12/2023 La loi du 29 décembre 2023 de finances pour 2024 a été publiée au Journal officiel du 30 décembre 2023. L'entrée en vigueur de la décentralisation de la police de la publicité au 1er janvier 2024 était conditionnée à la fixation des mesures de compensation prévues pour les collectivités territoriales par la loi de finances pour 2024. L'article 250 de la loi de finances prévoit donc d'adosser la compensation au concours particulier de la dotation générale de décentralisation dédié au financement de différents types de documents d'urbanisme en élargissant le périmètre des documents administratifs éligibles aux règlements locaux de publicité. L'article 250 vient également supprimer la disposition initialement prévue par la loi Climat et Résilience relative au transfert automatique vers les EPCI à fiscalité propre non compétents en matière de PLU ou de RLP pour les communes de moins de 3 500 habitants. Ainsi, dans les EPCI-FP n'exerçant ni la compétence PLU ni la compétence RLP, le maire restera détenteur du pouvoir de police indépendamment de la taille de sa commune

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

29/12/2023 Décret 2023-1409 Le code de l'environnement est mis à jour dans sa partie réglementaire portant modification de diverses dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes, aux pré-enseignes et aux paysages. Son principal objet est de mettre en cohérence la partie réglementaire du code de l'environnement avec la décentralisation de la police de la publicité

Les articles suivants des codes s'appliquent dans cette révision du RLP :

Code Environnement L123-1, L123-2, L123-9 à L123-13, L581-14-1, R123-3, R123-5 à R123-23, R581-1 à R581-21

Code Urbanisme L153-10 et R153-8

4- Organisation de l'enquête

- Désignation du Commissaire Enquêteur

Par Décision no E23000 158/59 du 3 Janvier 2024, Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Lille a désigné Monsieur Roger VALET, Commissaire Enquêteur chargé de conduire l'Enquête Publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité de la ville de LENS

- Arrêté

Monsieur le Maire de LENS, en date du 11 Mars 2024, a prescrit une enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité de la ville de LENS

5- Dossier

- 1 Note de présentation de l'enquête publique
- 2 Délibération de prescription de la révision du RLP
- 3 Délibération actant débat sur les objectifs et orientations
- 4 Délibération tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de RLP
- 5 Bilan de la concertation
- 6 Arrêté d'ouverture de l'enquête publique

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

7	Rapport de présentation
8	Règlement littéral
9	Zonage publicité et préenseigne
10	Zonage enseigne
11	Avis Chambre Régionale d'Agriculture
12	Contribution JCDecaux
13	Avis architecte des Bâtiments de France
14	Avis communauté d'Agglomération Lens-Liévin
15	Avis commune d'Eleu-dit-Leauwette
16	Avis commission départementale de la nature, des paysages et des sites
17	Rapport de la DDTM sur le projet de révision du RLP
18	Avis Union de la Publicité Extérieure
19	Avis Conseil Départemental du Pas-de-Calais
20	Mémoire en réponse aux avis des Personnes Publiques Associées

Le dossier s'appuie sur un diagnostic du territoire de la Ville de LENS et permet, grâce à de nombreuses illustrations, de mieux cerner les différentes formes de publicité et d'enseigne existantes. L'analyse territoriale a permis de mettre en avant les principaux enjeux du territoire local ressortis des tables rondes de la concertation préalable :

- *Mieux tenir compte des enjeux patrimoniaux (Monuments historiques, UNESCO, façades repérées en centre-ville par le PLU) ;*
- *Limiter la densité des publicités scellées au sol en entrée de ville et le long des axes structurants ;*
- *Réfléchir à une zone spécifique sur le secteur Bollaert ;*
- *Limiter le format et la densité des publicités ;*
- *Réfléchir à une réglementation pour le mobilier urbain (pas de règle dans le RLP actuel sur ce sujet) ;*
- *Questionner la nécessité de la publicité en centre-ville autre que sur un mobilier urbain ;*

Conclusions et AVIS

**Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024**

- *Intégrer la notion de sobriété énergétique pour les dispositifs de publicité (heures d'extinction, interdiction des dispositifs dynamiques, lumineuse, efficacité lumineuse) ;*
- *Limiter les grands formats de type 4x3.*

Le dossier définit les orientations et les objectifs de la commune en matière de publicité extérieure. Il explique les choix retenus en fonction de ces orientations et des objectifs.

Le règlement écrit se décompose en 4 chapitres

- 1 : les dispositions générales applicables aux publicités et aux pré-enseignes.
- 2 : les dispositions particulières relatives aux publicités et aux pré-enseignes et applicables à chaque zone.
- 3 : les dispositions générales applicables aux enseignes
- 4 : les dispositions particulières relatives aux enseignes et applicables à chaque zone.

Cette organisation permet de distinguer les domaines facilitant ainsi l'instruction des demandes par la suite.

Il faut noter la forte volonté de la collectivité de protéger le cadre de vie.

6- Déroulement

6-1 Procédures

L'enquête publique aura eu une durée effective de 18 jours (15 avril au 3 Mai 2024)

Durant toute la procédure, les pièces du dossier ont été tenues à la disposition du public à la Mairie de Lens :

- Sous forme d'un dossier papier
- Sur une borne interactive
- Sur un poste informatique
- Sur le site de la ville de LENS
- Sur un registre numérique

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

L'enquête publique s'est déroulée conformément aux dispositions de l'arrêté de Monsieur le Maire de la ville de LENS du 11 Mars 2024 : Les permanences se sont tenues aux jours et dates prévus

Les permanences ont été assurées de la manière suivante :

Le Lundi 15 Avril 2024 de 9h00 à 12h00 à la Mairie de LENS

Le Mercredi 24 Avril de 14h00 à 17h00 à la Mairie de LENS

Le Vendredi 3 Mai 2024 de 14h00 à 17h00 à la Mairie de LENS

Et le 3 Mai à 17h j'ai effectué la clôture de l'enquête.

Au niveau de la participation du public, durant les 3 permanences, j'ai rencontré 2 personnes (les 2 professionnels concernés UPE et JCDecaux) qui souhaitaient apporter un commentaire sur le projet de RLP et confirmer leurs points clés sur le registre papier.

L'enquête a fait l'objet d'une publicité avec avis dans la presse (Voix du Nord et Nord Eclair) dans les délais voulus, et parution sur les sites internet cités plus en amont. L'affichage a été maintenu et apposé pendant toute la durée de l'enquête en Mairie de LENS et dans les 2 centres sociaux DUMAS et VACHALA.

Le dossier d'enquête contenait toutes les informations utiles pour renseigner le public sur l'objet de l'enquête et en comprendre ses principales caractéristiques et les enjeux. Une note de présentation située dans le dossier expliquait parfaitement les objectifs recherchés.

Compte-tenu de la spécificité de la procédure, je considère que le dossier était bien présenté, conforme à la réglementation, très accessible pour le public intéressé et explicite sur la démarche conduite par la Ville de LENS

Le Procès-Verbal de Synthèse a été remis au Maître d'Ouvrage le Lundi 6 Mai 2024.

Le mémoire en réponse m'a été commenté le 16 Mai 2024 et transmis le même jour. Il est apporté une réponse aux questionnements des PPA mais aussi sur chaque contribution.

6-2 Bilan des contributions

- Au niveau des contributions, elles se répartissent ainsi :
 - Orales : 2 (JCDecaux et UPE) qui ont été transcrites sur le registre papier ci-après et occasionnant 4 questions au MO
 - Sur le Registre papier : 2

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

- Par Voie Postale : Courriers : 2 (UPE et JC Decaux)
- Par Courriels reçus sur le site : aucune
- Sur le Registre Dématérialisé : 2 emails et 52 propositions (UPE et JCDecaux)
- Après concertation avec le maître d'ouvrage et pour valoriser les incidences des 2 tables rondes et des 3 réunions publiques j'ai décidé de prendre en compte les contributions UPE et JC Decaux reçues juste avant le début de l'enquête.
- Les Personnes Publiques Associées ont émis les avis suivants :
 - CDNPS : Avis favorable de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites avec 4 recommandations
 - DDTM : 6 Observations
 - UDAP : 5 Observations
 - Conseil Départemental Pas de Calais : 1 observation
 - Chambre de Commerce et d'Industrie : *pas d'observation*
 - Chambre des Métiers et de l'Artisanat : *pas d'observation*
 - Chambre Régionale d'Agriculture : *pas d'observation particulière*
 - Communauté d'Agglomération de LENS LIEVIN (CALL) : *avis favorable*
 - Commune d'AVION : *pas d'observation*
 - Commune d'ELEU dit LEAUWETTE : *pas d'observation particulière*
 - Commune de LIEVIN : *pas d'observation*
 - Commune de LOISON sous LENS : *pas d'observation*
 - Commune de LOOS en GOHELLE : *pas d'observation*
 - Commune de NOYELLES sous LENS : *pas d'observation*
 - Commune de PONT à VENDIN : *pas d'observation*
 - Commune de SALLAUMINES : *pas d'observation*
 - Commune de VENDIN LE VIEIL : *pas d'observation*
 - Conseil Régional des Hauts de France : *pas d'observation*
 - Préfecture du Pas de Calais : *pas d'observation*
 - SCOT de LENS LIEVIN HENIN CARVIN : *pas d'observation*
 - ARTOIS MOBILITES : *pas d'observation*
 - CADRES BLANCS : *pas d'observation*
 - Paysages de France : *pas d'observation*
 - SNCF Réseaux : *pas d'observation*

6-3 Les enseignements de l'enquête

La concertation préalable de l'enquête a été très bien menée dans le temps avec plusieurs réunions tenues avec les intéressés professionnels (2 tables rondes) et le

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS EP23000 158/59 du 3/1/2024

public (3 réunions publiques), ce qui peut expliquer le faible nombre de contributions individuelles reçues dans les permanences des 15 avril, 24 avril et 3 mai 2024.

7- Appréciation du Projet

- a. La synthèse des appréciations est très favorable au projet avec quelques remarques qui ont fait l'objet de réponses dans le mémoire du Maître d'Ouvrage.
- b. Les sujets et les problématiques en débat ont permis une bonne appréciation avec la participation à l'intérêt général, au développement durable et aux effets notables du projet sur l'environnement.

8- Conclusions Motivées

L'enquête publique a concerné le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de LENS.

Ce document de planification de la publicité extérieure a permis la mise à jour/adaptation de la réglementation existante sur l'affichage publicitaire ainsi que les pré-enseignes et les enseignes afin de protéger le cadre de vie des habitants.

Les objectifs fixés avant son élaboration ont globalement été respectés :

- Adapter le RLP aux nouvelles dispositions légales et réglementaires.
- Maîtriser la densité d'affichage le long des axes routiers structurants.
- Assurer un équilibre entre les enjeux économiques et le développement des enseignes publicitaires.
- Veiller à la préservation du patrimoine bâti et paysager en distinguant une réglementation spécifique au centre-ville et des secteurs de sensibilité paysagère, les entrées de ville par exemple.
- Limiter la présence des dispositifs à fort impact tels que les affichages lumineux et en particulier numériques.

Avant de soumettre le projet à l'enquête publique, une large concertation a été conduite par la Mairie de LENS, Maître d'Ouvrage (MO) à savoir :

- la participation des habitants de la ville, les associations locales, les communes voisines, les Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI), les

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS

EP23000 158/59 du 3/1/2024

Personnes Publiques Associées (PPA) et les professionnels du secteur de la publicité en :

1. Ouvrant une rubrique sur le site internet de la Ville.
2. Informant les habitants dès le bulletin municipal (LENS Mag) de Juin 2019 et repris dans les suivants
3. Organisant 3 réunions publiques et 2 tables rondes (regroupant les commerçants et les professionnels de la publicité).
4. La procédure de concertation préalable en 2023 a été bien menée et échelonnée sur une grande durée ce qui a permis une bonne participation du public et des commerçants lors des 2 tables rondes et des 3 réunions publiques ce qui a sûrement eu pour conséquence la faible participation du public aux 3 permanences de l'enquête publique en 2024.
5. La commune a répondu de manière relativement précise à toutes les propositions et observations faites par les PPA et les autres contributeurs UPE et JC Decaux.
6. Je constate que beaucoup de modifications suite à la concertation préalable et à l'enquête publique sont bien prises en compte par la ville.
7. Le sujet principal des professionnels est de pouvoir préserver leur métier tout en prenant en compte les objectifs de la ville. Leurs remarques concernent beaucoup les dispositifs à changer ou supprimer mais ils ne se sont pas prononcés contre le projet mais ont réclamé du temps et le respect des délais de mise en conformité. Ils souhaitaient aussi fixer de 23h à 7h les heures d'arrêt des dispositifs lumineux
8. Un point important à fixer par la ville était celui du linéaire de 60 m à faire évoluer et cela préoccupait beaucoup les professionnels qui ont émis des propositions dans ce sens. La règle de densité paraît donc à revoir et il y avait là des attentes réelles des professionnels. La commune n'a pas souhaité dans un premier temps revoir celle-ci mais a pris l'engagement suivant :

Conclusions et AVIS

**Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024**

« Toutefois la commune étudiera l'impact d'une telle réglementation dans l'application de son RLP et pourra au besoin modifier cette règle si celle-ci paraissait inadaptée aux enjeux relevés »

9. Les PPA sont très concernés par la préservation des sites et des paysages, du cadre de vie et de la gestion équilibrée de l'espace. Ils sont aussi préoccupés de la préservation des abords des sites monuments historiques et des entrées de ville

Ce règlement, objet de l'enquête publique, s'inscrit bien dans le cadre de la planification de la Ville de LENS.

Je considère que le règlement local de publicité parvient à concilier la liberté d'expression, l'exercice de l'activité économique et commerciale, les préoccupations environnementales devenant une exigence des citoyens de plus en plus affirmée, tant ils mettent en avant leur cadre de vie.

Je considère que les objectifs définis avant son élaboration sont atteints.

Les réponses apportées par le Maître d'Ouvrage répondent à beaucoup de préoccupations soulevées

- Mon avis prend également en compte :

- Le bon déroulement de l'enquête publique.
- la visite sur les lieux.
- La bonne information du public au niveau des diverses formes de publicité pour faire connaître l'enquête.
- Le bon climat général de l'enquête.

9– Avis

Roger VALET, Commissaire Enquêteur donne un AVIS FAVORABLE sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité présenté par la ville de LENS assorti de 4 recommandations.

Conclusions et AVIS

Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

- 1- Bien surveiller l'application concrète du nouveau règlement écrit et notamment le respect des délais de mise en conformité des dispositifs
 - i. 6 ans pour les enseignes
 - ii. 2 ans pour les publicités et pré-enseignes
- 2- Tenir l'engagement d'étudier l'impact du maintien de la règle de densité avec attention afin de la modifier si celle-ci paraissait inadaptée aux enjeux relevés
- 3- Procéder à une évaluation périodique du RLP pour suivre les évolutions prévues du projet dans un temps moins éloigné que cette fois-ci (2024 pour 2011)
- 4- Avoir un suivi particulier de l'environnement des Monuments Historiques de la ville

10-Pièces jointes

- La déclaration du commissaire enquêteur avant EP
- Décision du TA
- Arrêté d'ouverture
- Avis d'enquête
- Certificats Annonces Presse
- Certificats d'affichage de la Mairie
- Comptes-rendus des réunions de travail
(10janv,17janv,7fev,22fev,28mars,11avr,3mai)
- Comptes-rendus des 3 permanences
- Courriers PPA
- Avis des PPA
- Mémoire en réponse aux PPA (dans le dossier de l'enquête)
- PV de Synthèse
- Mémoire en réponse du PV de Synthèse
- Copie Registre papier
- Registre numérique
- Vademecum
- Lens Mag

Fait à LENS le 17 Mai 2024.

Conclusions et AVIS
Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024

Le Commissaire Enquêteur

Accusé Réception le 17 Mai 2024

Roger VALET

Pour Monsieur le Maire de LENS

M. Arnaud BOUSIAC

Conclusions et AVIS

**Révision du Règlement Local de Publicité Ville de LENS
EP23000 158/59 du 3/1/2024**

Commune de

LENS

Règlement Local de Publicité



Rapport de présentation

ARRÊTÉ LE : 06/12/2023

APPROUVÉ LE : 19/06/2024

Dossier #21076223-
LENS-819 #
23/11/2023

réalisé par



Auddicé Urbanisme
ZAC du Chevalement
5 rue des Molettes
59286 Roost-Warendin
03 27 97 36 39

TABLE DES MATIERES

Préambule	4
CHAPITRE 1. CONTEXTE JURIDIQUE	5
1.1 Contexte législatif.....	6
1.2 Contenu et procédure d'élaboration du RLP.....	7
1.3 Les principales définitions	8
1.4 Cadre réglementaire.....	19
CHAPITRE 2. DIAGNOSTIC.....	26
2.1 Contexte territorial.....	27
2.2 Bilan du Règlement Local de Publicité actuel.....	38
2.3 Diagnostic publicitaire du territoire lensois	55
CHAPITRE 3. OBJECTIFS ET ORIENTATIONS	98
3.1 Les objectifs	99
3.2 Les orientations	101
CHAPITRE 4. JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS	104
4.1 Justifications des choix retenus en matière de zonage.....	105
4.2 Justifications des choix réglementaires en matière de publicités et de préenseignes	132
4.3 Justifications des choix réglementaires en matières d'enseignes.....	138
4.4 Prise en compte des objectifs de la délibération de la prescription durant la procédure de révision du RLP	147

Préambule

Dans une volonté d'améliorer le cadre de vie et l'environnement de ses habitants, la commune de Lens s'est dotée d'un Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé par son Conseil Municipal en séance du 23 juin 2011. L'élaboration de ce document, réalisé en lien avec les professionnels du secteur, les commerçants et les habitants au travers de groupes de travail, a permis de mieux encadrer l'affichage des panneaux publicitaires sur le territoire de la commune, d'harmoniser les enseignes, notamment en centre-ville, de faire du Maire l'autorité compétente en matière de publicité, de préenseigne et d'enseigne sur la commune et surtout d'adapter les règles nationales au niveau local pour tenir compte des particularités du territoire communal. Ainsi, la révision de ce document s'inscrit dans la continuité du RLP actuel et a notamment pour objectif de proposer un document simple, efficace et compréhensible par tout un chacun, facilitateur dans le montage des différents projets et s'inscrivant dans une démarche pédagogique. Enfin, cette révision est également l'occasion de poursuivre les efforts entrepris par la commune pour mettre en valeur le patrimoine du territoire avec l'ensemble des acteurs locaux.

Comparable à un Plan Local d'Urbanisme (PLU), le RLP est un document qui vient règlementer les publicités, les préenseignes et les enseignes sur le territoire communal. De plus, ce document revêt une importance particulière pour la mise en valeur des commerces du centre-ville participant à la poursuite de la dynamisation d'un tissu commercial et économique diversifié et riche, en lien notamment avec le linéaire commercial et les séquences d'immeubles remarquables repérés en centre-ville par le Plan Local d'Urbanisme, permettant ainsi de soutenir l'activité commerciale dans ce secteur tout en mettant en valeur le patrimoine architectural du centre-ville. Aussi, le RLP a pour but de gérer ces affichages afin d'en règlementer le nombre, la taille, la forme, leur insertion dans le paysage, dans un souci de réduction de la pollution visuelle, de développement durable, d'amélioration et de préservation du cadre de vie des habitants.

Aussi, ce nouveau RLP prendra nécessairement en compte le patrimoine minier et architectural remarquable de la commune, reconnu tant au travers de la protection des Monuments Historiques que par l'inscription du Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais au Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO mais également au PLU, notamment en ce qui concerne les séquences d'immeubles en centre-ville. Enfin, ce document répondra au plus près aux attentes des différents professionnels du secteur ainsi que des commerçants en leur permettant respectivement de pouvoir exercer leur rôle d'afficheurs et permettre une meilleure visibilité de leur activité via leurs dispositifs d'enseigne tout en préservant le cadre de vie des lensois et en se conformant aux nécessaires objectifs de sobriété énergétique.

CHAPITRE 1. CONTEXTE JURIDIQUE

1.1 Contexte législatif

Un Règlement Local de Publicité est un document qui règlemente les publicités, préenseignes et enseignes visibles depuis la voie ouverte à la circulation publique. Il est élaboré à l'échelle locale par des établissements publics de coopération intercommunale ou par les communes. Il a pour objectif de protéger le cadre de vie en adaptant les dispositions du Règlement National de Publicité (RNP), contenues dans le code de l'environnement, aux caractéristiques locales.

La loi Engagement National pour l'Environnement (ENE) de 2010 (dite loi Grenelle II) a profondément modifié la pratique de la publicité extérieure en permettant un encadrement plus stricte à l'échelle locale. Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets qui constituent le RNP. Ces derniers sont codifiés aux articles R.581-1 et suivants du code de l'environnement. Cette loi entraîne de nouvelles règles :

- La limitation de la surface cumulée des enseignes murales et en toiture ;
- La réduction des formats publicitaires ;
- La suppression d'une partie des enseignes dérogatoires ;
- L'institution d'une règle de densité pour les publicités.

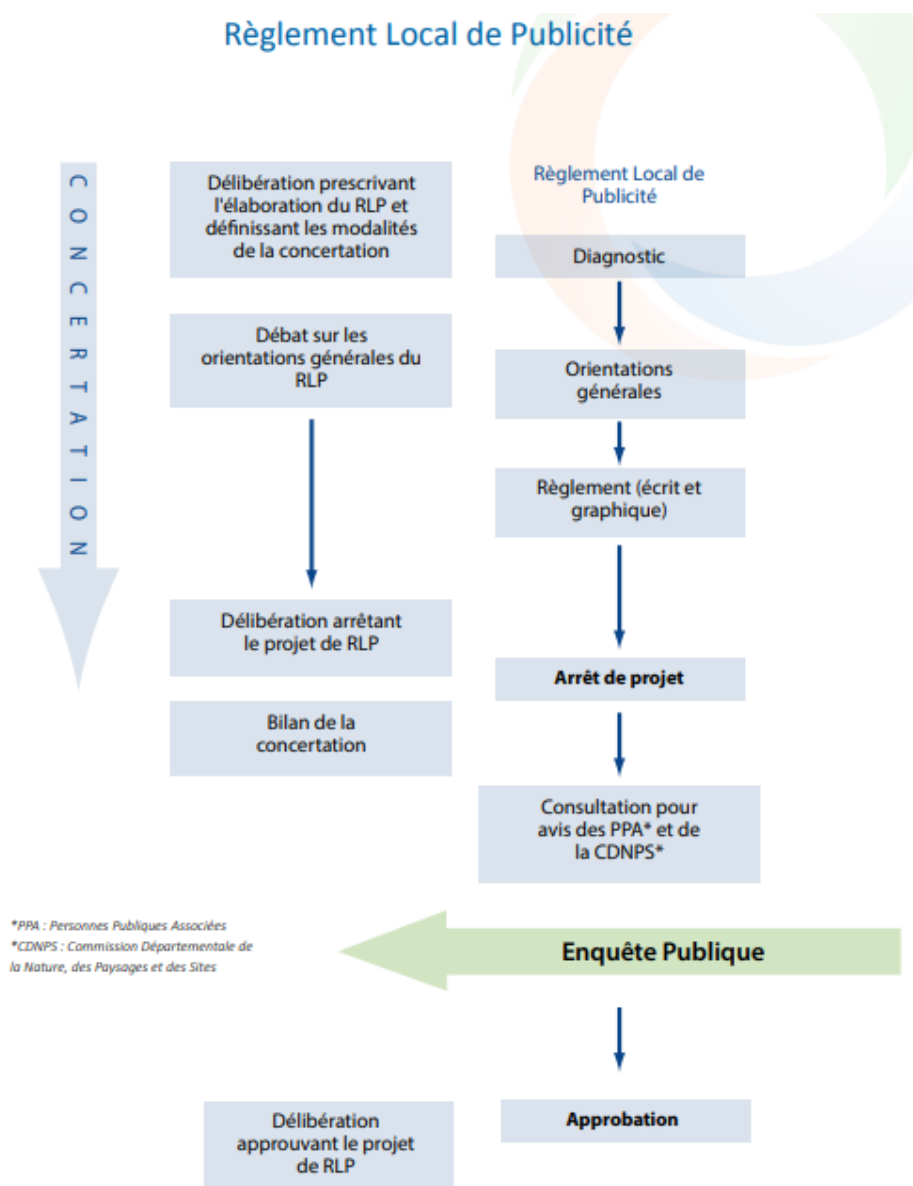
Cette loi instaure le RLP comme un véritable outil d'aménagement pour améliorer la protection du cadre de vie en permettant de rédiger des dispositions spécifiques selon les caractéristiques du territoire.

1.2 Contenu et procédure d'élaboration du RLP

Conformément à l'article R.581-72 du code de l'environnement, un Règlement Local de Publicité doit être composé à minima des documents suivants :

- Un rapport de présentation : s'appuie sur un diagnostic territorial afin de définir des orientations et objectifs liés aux spécificités du territoire, et des justifications expliquant les choix retenus ;
- Une partie réglementaire : établit des prescriptions générales ou spécifiques à différentes zones ;
- Des annexes :
 - o Documents graphiques faisant apparaître les différentes zones ;
 - o Arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération ;
 - o Plan des limites d'agglomération ;
 - o Synthèse des principales dispositions de la réglementation nationale.

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification est identique à celle d'un PLU :



1.3 Les principales définitions

Le Règlement National de Publicité pose diverses règles à suivre selon chaque dispositif. Cette réglementation varie également selon le lieu d'implantation et le type de support utilisé.

1.3.1 Les publicités

La publicité renvoie à « *toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir* » (article L.581-3). Derrière cette définition généraliste, la publicité peut revêtir des caractéristiques différentes selon les conditions d'implantation (scellée au sol, apposée sur un support, bâche...), les dimensions, le caractère lumineux et leur mobilité.

Ainsi, le code de l'environnement énumère strictement les différents types de publicités, qui sont les suivants :

- La publicité scellée au sol ;
- La publicité apposée sur un support ;
- La publicité sur bâche ;
- La publicité sur mobilier urbain ;
- La publicité sur véhicule ;
- La publicité sur bâtiments navigants motorisés ;
- La publicité lumineuse ;
- La publicité numérique.



Exemple de publicité apposée sur un mur



Exemple de publicité scellée au sol



Exemple de publicité sur bâche



Exemple de publicité sur mobilier urbain



Exemple de publicité sur véhicule



Exemple de publicité lumineuse



Exemple de publicité numérique

1.3.2 Les mobiliers urbains

Conformément au code de l'environnement, le mobilier urbain peut « à titre accessoire » supporter de la publicité (article R.581-42).

Le mobilier urbain concerne :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifés sur le domaine public ;
- Les colonnes porte-affichages ;
- Les mâts porte-affichages ;
- Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires.

Le code de l'environnement définit les dispositifs de mobilier urbain de manière expresse et les liste limitativement. Ainsi, tout dispositif ne figurant pas dans la liste ci-dessus ne peut être considéré comme un mobilier urbain pouvant supporter de la publicité.



Les mobiliers urbains – source : guide pratique RNP

1.3.3 Les préenseignes

Une préenseigne représente « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3).

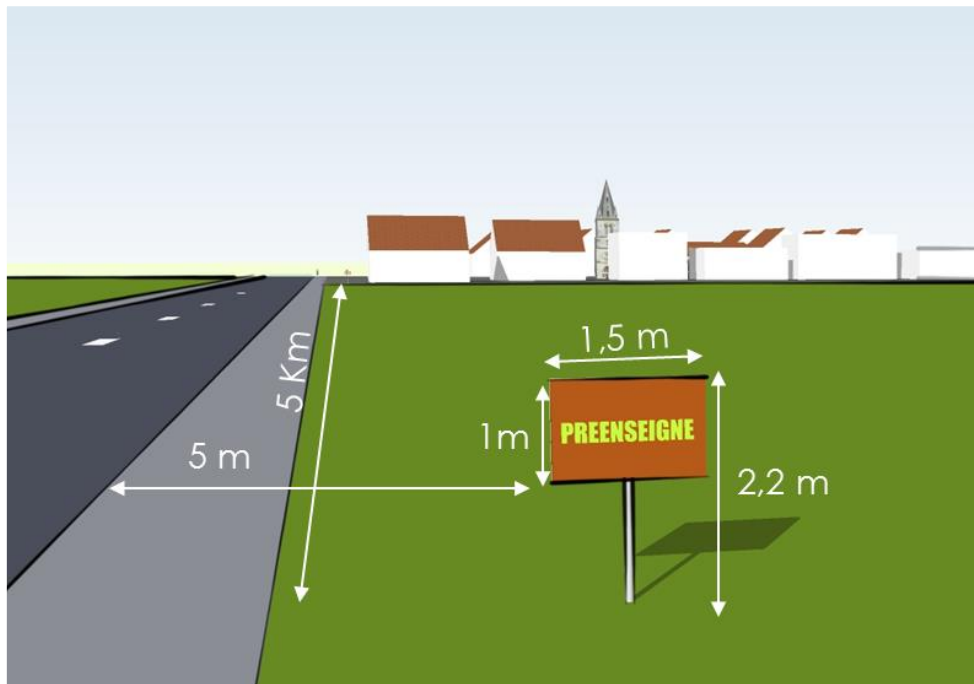


Exemple de préenseigne

Les règles sur les préenseignes sont les mêmes que celles applicables aux publicités en agglomération. Toutefois, seules les préenseignes peuvent bénéficier de dérogation pour leur implantation hors agglomération.

Pour bénéficier de ce régime, les préenseignes doivent mentionner une activité en relation avec la fabrication ou la vente de produits du territoire, des activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite. Ces préenseignes dérogatoires sont soumises à des conditions d'implantation particulières.

Cela permet à ce type de dispositif d'avoir un format ne pouvant excéder 1m de hauteur sur 1m50 de largeur et doit être implanté à moins de 5km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité signalée. Aussi, la distance peut être portée de 10 km pour les monuments historiques ouverts à la visite. Cette dérogation s'applique uniquement pour les préenseignes implantées hors agglomération, ce qui n'est pas le cas de la commune de Lens.



Dispositions pour les préenseignes dérogatoires – source : ALKHOS

1.3.4 Les enseignes

L'enseigne renvoie à « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » (article L.581-3). L'immeuble s'entend au sens juridique du terme et désigne aussi bien la construction que le terrain où s'exerce l'activité. Les dispositions applicables aux enseignes varient selon leur mode ou leur lieu d'implantation. Le code de l'environnement énumère les typologies suivantes comme enseigne :

- L'enseigne murale installée à plat ;
- L'enseigne murale installée perpendiculaire ;
- L'enseigne sur toiture ;
- L'enseigne scellée ou implantée directement au sol ;
- L'enseigne lumineuse.



Exemple d'enseigne en drapeau



Exemple d'enseigne à plat



Exemple d'enseigne sur toiture



Exemple d'enseigne scellée au sol



Exemple d'enseigne lumineuse

1.3.5 Dispositifs non réglementés

Certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du code de l'environnement. Il s'agit des dispositifs régis par le code de la route : la Signalisation d'Information Locale (SIL) et le Relais d'Information Service (RIS).

La SIL peut facilement devenir de la préenseigne dès lors qu'elle ne respecte pas les règles d'implantation propre à cette catégorie de signaux routiers :

- Il ne peut y avoir plus de 6 mentions par support, dont 4 dans la même direction (pour des raisons évidentes de lisibilité et de sécurité) ;
- La SIL ne peut pas être de la même couleur que les panneaux de signalisation routière (blanc, bleu, vert, jaune, rouge...) ;
- La taille et la police des lettres est normée ;
- Seuls sont autorisés les idéogrammes réglementaires (les logotypes d'entreprises sont proscrits) ;
- Les règles d'implantation (en pré signalisation ou en position) doivent être respectées.



Exemple de SIL

Le relais d'information service (RIS) est une catégorie de signaux routiers. Il ne s'agit donc pas de préenseigne ou de publicité qu'il remplace avantageusement à l'entrée d'une zone d'activité par exemple.



Exemple de RIS

Sont aussi exclus de la réglementation, les dispositifs d'écran numérique ne comportant aucune publicité, comme le Journal Electronique d'Information (JEI).



Exemple de JEI

1.3.6 L'affichage d'expression libre ou d'opinion

Le régime de l'affichage d'expression libre renvoie aux dispositifs d'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

La réglementation nationale exige que chaque commune réserve sur l'ensemble de son territoire des emplacements disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre d'au moins l'un d'entre eux selon l'article R.581-3 du code de l'environnement.

Sur la commune, sont également présents des affichages municipaux entretenus par la ville et qui affichent des informations culturelles locales.



Exemple d'affichage libre

1.3.7 Dispositifs lumineux

Le décret n°2022-1294 du 5 octobre 2022 apporte des modifications réglementaires pour les dispositifs lumineux. Il vise à harmoniser les règles d'extinction nocturne des publicités à l'échelle nationale. L'article R.581-35 du code de l'environnement datant de 2012 imposait l'extinction de la publicité lumineuse entre 1 heure et 6 heures du matin mais n'était pas applicable à l'ensemble des dispositifs selon leur typologie et leur lieu d'implantation.

Ce nouveau décret oblige désormais l'extinction nocturne des publicités lumineuses, entre 1 heure et 6 heures du matin, sur l'ensemble du territoire nationale et non plus seulement dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

Le nouveau décret maintient certaines exceptions au principe d'extinction. Ainsi l'emprise des aéroports, notamment, reste exonérée de cette obligation à l'instar du mobilier urbain.

Enfin, la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite « loi Climat et Résilience », donne aux élus locaux la possibilité de prévoir dans les RLP des dispositions à respecter pour les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines et baies d'un local à usage commercial et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Des dispositions en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses peuvent être mises en place.

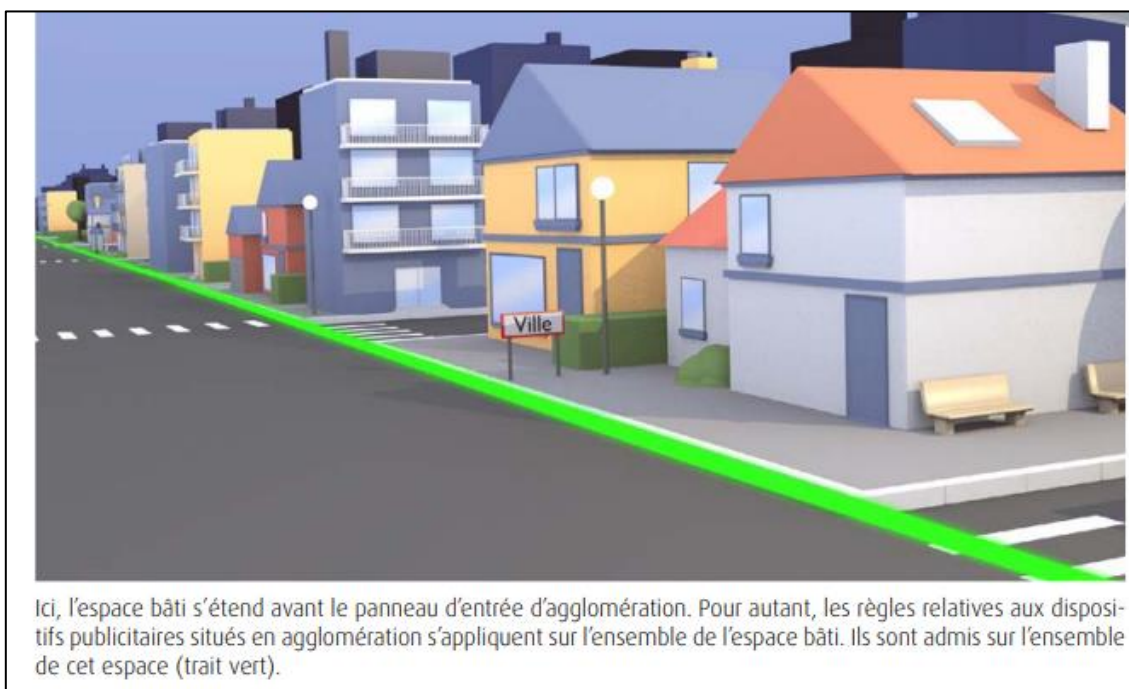
1.4 Cadre réglementaire

1.4.1 Les périmètres environnementaux et urbains

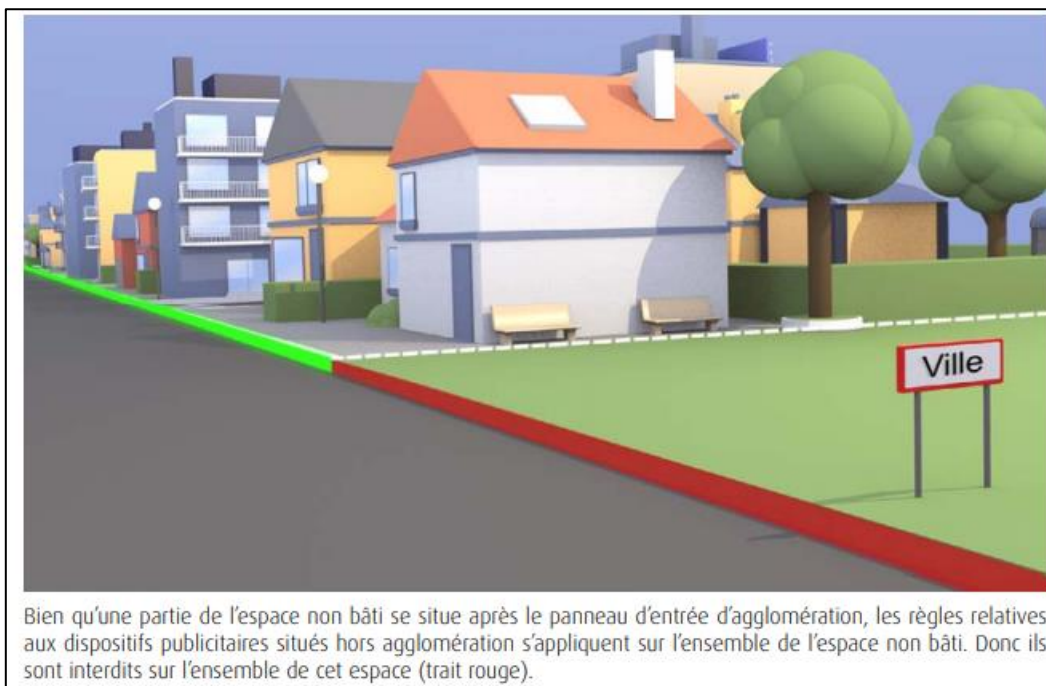
1.4.1.1 Le périmètre d'agglomération

■ Définition de la notion d'agglomération

Agglomération : au sens de l'article R.110-2 du code de la route la notion d'agglomération renvoie à : « l'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 ». La réglementation de la publicité est construite sur la vision dichotomique : en agglomération ou hors agglomération. La publicité extérieure n'est admise qu'en agglomération. Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.



Notion d'agglomération– source : guide pratique RNP



Notion d'agglomération– source : guide pratique RNP

Pour délimiter la zone d'agglomération, la méthodologie est basée sur les critères géographiques suivant :

- Les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération ;
- La localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération ;
- La continuité du bâti conjuguée à une certaine densité bâtie.

1.4.1.2 Les périmètres environnementaux règlementaires

L'article L.581-8 du code de l'environnement détaille les lieux et secteurs où l'affichage de la publicité à l'intérieur des agglomérations est interdit :

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

Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14.

1.4.2 Le seuil démographique

En fonction du nombre d'habitants de chaque commune, le code de l'environnement prévoit des règles différentes en matière de règlement local de publicité. C'est l'INSEE qui définit la population de référence de chaque territoire. La réglementation des publicités, préenseignes et enseignes est variable selon le nombre d'habitants où elles sont installées. En effet, les règles vont varier selon deux cas :

- L'agglomération est de moins de 10 000 habitants et n'appartient pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- L'agglomération est de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou agglomération de plus de 10 000 habitants.

La commune de Lens est concernée par les dispositions pour les agglomérations peuplées de plus de 10 000 habitants et appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Le territoire est donc concerné par les règles nationales les plus permissives au sujet de la publicité extérieure. De plus, certains dispositifs ne sont acceptés que pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Il s'agit de la publicité numérique sur mobilier urbain, des bâches publicitaires et des dispositifs publicitaires à dimensions exceptionnelles.

Le seuil démographique de la commune de Lens conditionne également les conditions d'installations des dispositifs de publicité extérieure :

- Obligation de disposer d'une autorisation écrite du propriétaire de la parcelle (article L.581-24) ;
- Extinction des publicités lumineuses entre 1h et 6h du matin excepté celles supportées par le mobilier urbain affectés aux services de transports (article R.581-35) ;
- Limitation de la densité des dispositifs publicitaires en fonction du linéaire de façade sur rue (article R.581-25) ;
- Obligation de mentionner nom et adresse, dénomination ou raison sociale de celui qui a apposé ou fait apposer la publicité (article L.581-5) ;
- Maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement (article R.581-24).

1.4.3 Les règles de densité

L'article R.581-25 du code de l'environnement donne la définition de la règle de densité, qui vise à limiter le nombre de dispositifs sur un territoire donné. Elle précise son application aux dispositifs de publicité murale et scellée au sol. Cette densité se calcule en fonction de la longueur de l'unité foncière.

En effet, l'article R.581-25 dispose qu'un seul dispositif scellé au sol peut être installé sur l'unité foncière lorsque sa longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 mètres. Deux dispositifs scellés au sol peuvent être installés lorsque la longueur de l'unité foncière bordant la voie est supérieure à quarante mètres. Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche entamée de 80 mètres.

Pour les dispositifs muraux, sur une unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 mètres, deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche entamée de 80 mètres. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...).

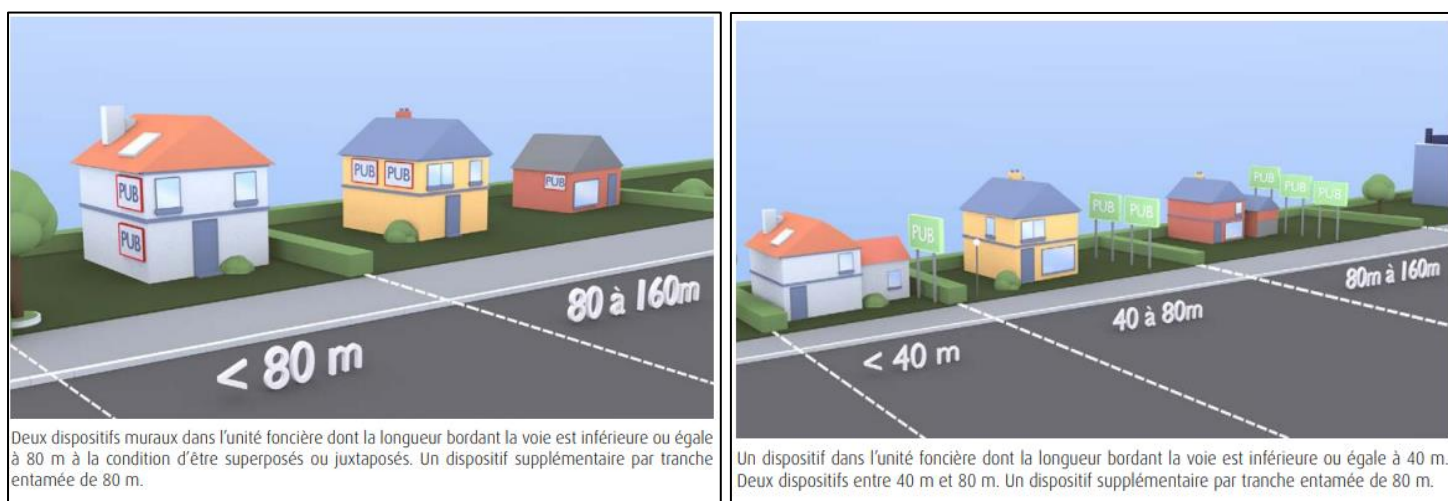


Figure 1. Règles applicables sur la densité – guide pratique RNP

1.4.4 Les compétences de police

Le code de l'environnement prévoit que le pouvoir de police appartient au Maire. Ce dernier détient donc de droit le pouvoir de police liée à l'affichage extérieur et c'est donc au Maire que revient de délivrer les autorisations requises et vérifier leur conformité à la réglementation nationale et à la réglementation locale. C'est donc aussi le Maire qui est compétent pour verbaliser toute infraction à ces règles.

1.4.5 Synthèse de la réglementation nationale applicable à Lens

Support	Agglomération de plus de 10 000 habitants	Surface maximum – réglementation nationale	Hauteur maximum – réglementation nationale
Dispositifs éclairés par projection ou transparence			
Publicité scellée ou posée au sol	Autorisée	10,5m ² encadrement compris	6m support compris
Publicité à plat sur un mur aveugle	Autorisée	10,5m ² encadrement compris	Ne doit pas être à une hauteur de plus de 7.5m
Publicité sur bâche	Autorisée	Bâche de chantier surface <50% de la surface échafaudage	
Dispositifs numériques			
Publicité scellée ou posée au sol	Autorisée	8m ²	6m
Publicité à plat sur un mur aveugle	Autorisée	8m ²	6m

Tableau 1. Dispositions nationales à suivre pour la publicité / préenseignes

	Abris destinés au public	Kiosques	Colonnes porte-affiches	Mâts porte-affiches	Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires
Mobilier urbain non numérique	2 m ² unitaire et 2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	2 m ² unitaire 6 m ² total	Interdit	2 m ² recto, 2 m ² verso	12 m ²

Mobilier urbain numérique	2 m ² unitaire et 2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	2 m ² unitaire 6 m ² total	2 m ²	2 m ² recto, 2 m ² verso	12 m ²
----------------------------------	--	--	------------------	--	-------------------

Tableau 2. Dispositions nationales à suivre pour la publicité sur mobilier urbain

Support	Condition d'implantation – réglementation nationale	Dimension – réglementation nationale	Nombre
L'enseigne à plat	Ne doit pas dépasser les limites du mur – les limites de l'égout du toit – saillie maximum de 0.25m par rapport au mur	Se limite à 15% de la façade commerciale pour les façades de plus de 50m ² (25% pour les façades de moins de 50m ²)	Ne se limite pas en nombre
L'enseigne perpendiculaire	Ne doit pas dépasser les limites du mur qui la supporte - ne doit pas être apposée en dehors de la partie commerciale	Sa largeur ne doit pas excéder 1/10ème de la largeur de la voie dans la limite de 2m de saillie	Ne se limite pas en nombre
L'enseigne scellée ou installée au sol		10,5m ² encadrement compris	Se limite à un dispositif par voie bordant l'établissement
L'enseigne sur toiture	Doit être en signes ou lettres découpés dissimulant leur fixation	Se limite à 60m ² par établissement - Si la hauteur du bâtiment est de maximum 15m, l'enseigne ne doit pas dépasser les 3m de hauteur	

Tableau 3. Dispositions nationales à suivre pour les enseignes

CHAPITRE 2. DIAGNOSTIC

2.1 Contexte territorial

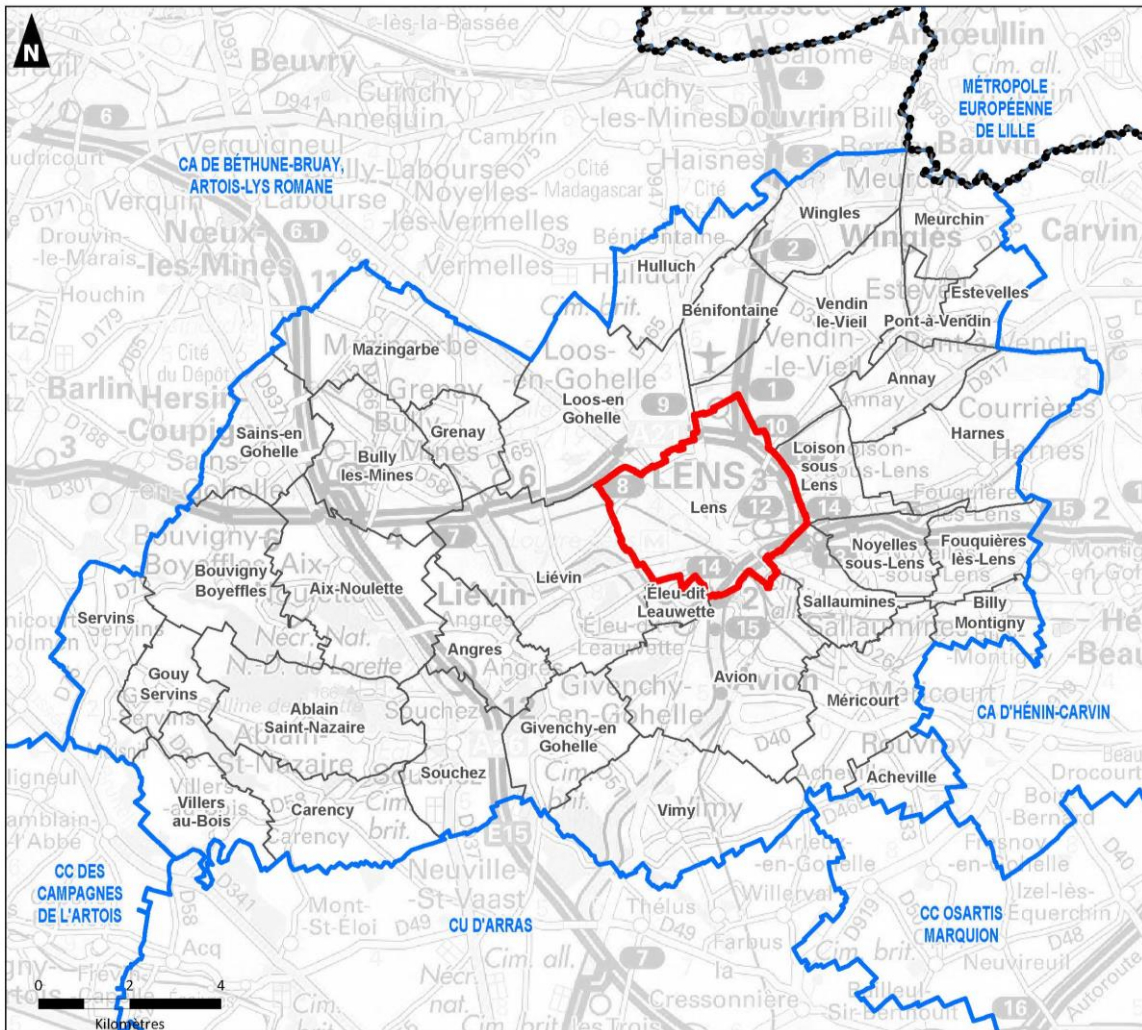
Situé dans le Département du Pas-de-Calais, la commune de Lens est située à l'ouest du bassin minier du Nord-Pas-de-Calais. Elle fait partie de la Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin (CALL) qui compte 36 communes et 241 268 habitants.



Commune de Lens (62)
Règlement local de publicité







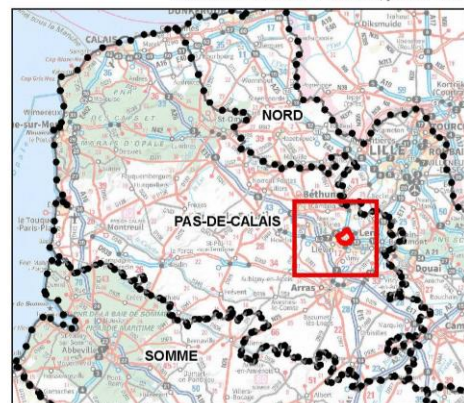
Localisation de la commune dans la Communauté d'Agglomération Lens-Liévin



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

-  Commune concernée
-  Limites communales dans la CA
-  Limites intercommunales
-  Limites départementales

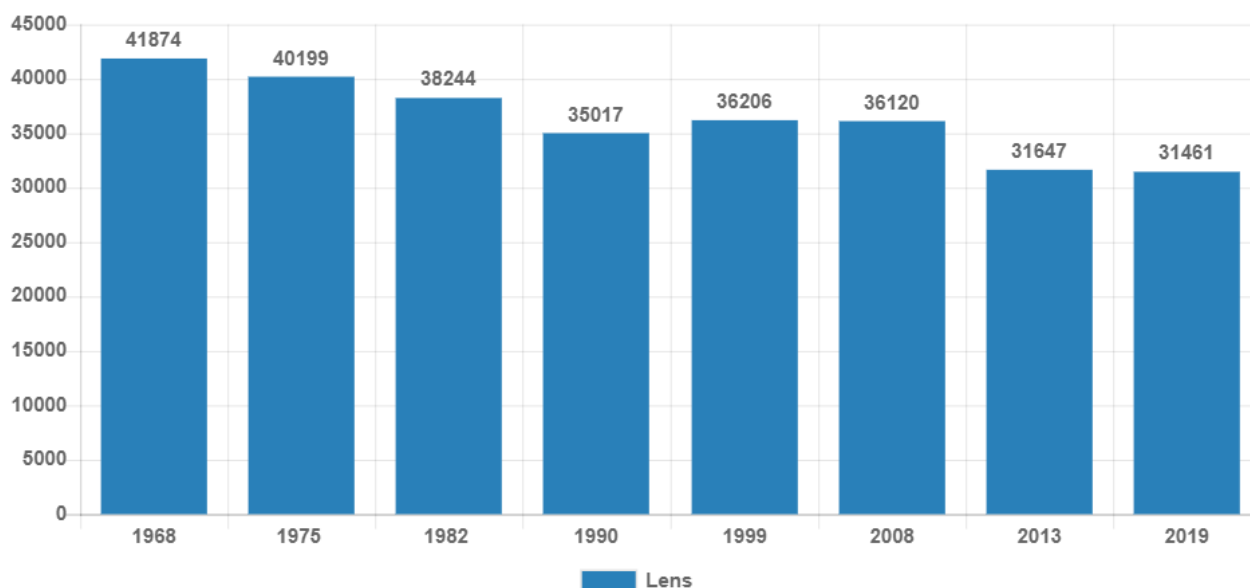


2.1.1 Démographie

La commune de Lens compte 31 461 habitants au dernier recensement de 2019 (population légale en vigueur au 1^{er} janvier 2022). Depuis 1968, l'évolution démographique se caractérise par 3 grandes périodes :

- **1968-1990 : une période avec une baisse démographique** à la suite d'un solde migratoire négatif et consécutif à la fermeture des mines ;
- **1990-2008 : une période de légère croissance démographique** ;
- **2008-2019 : un déclin démographique** qui tend à se stabiliser et amorce un inversement ;

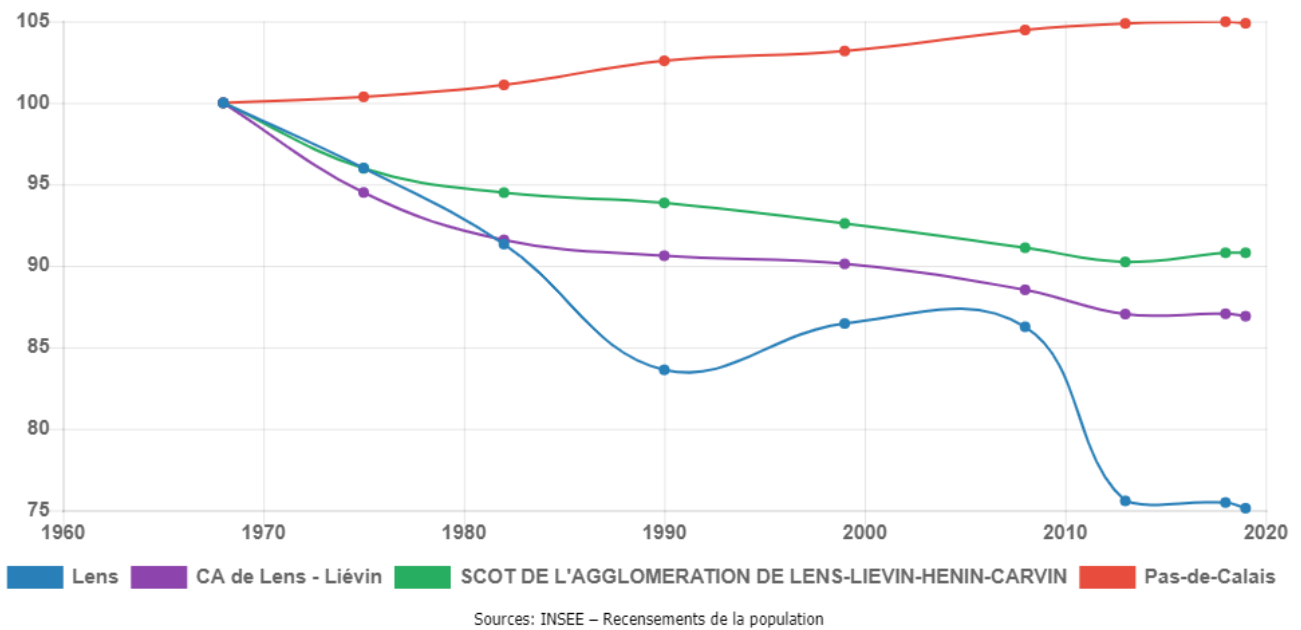
Evolution de la population depuis 1968 sur la commune - Lens



Sources: INSEE – Recensements de la population

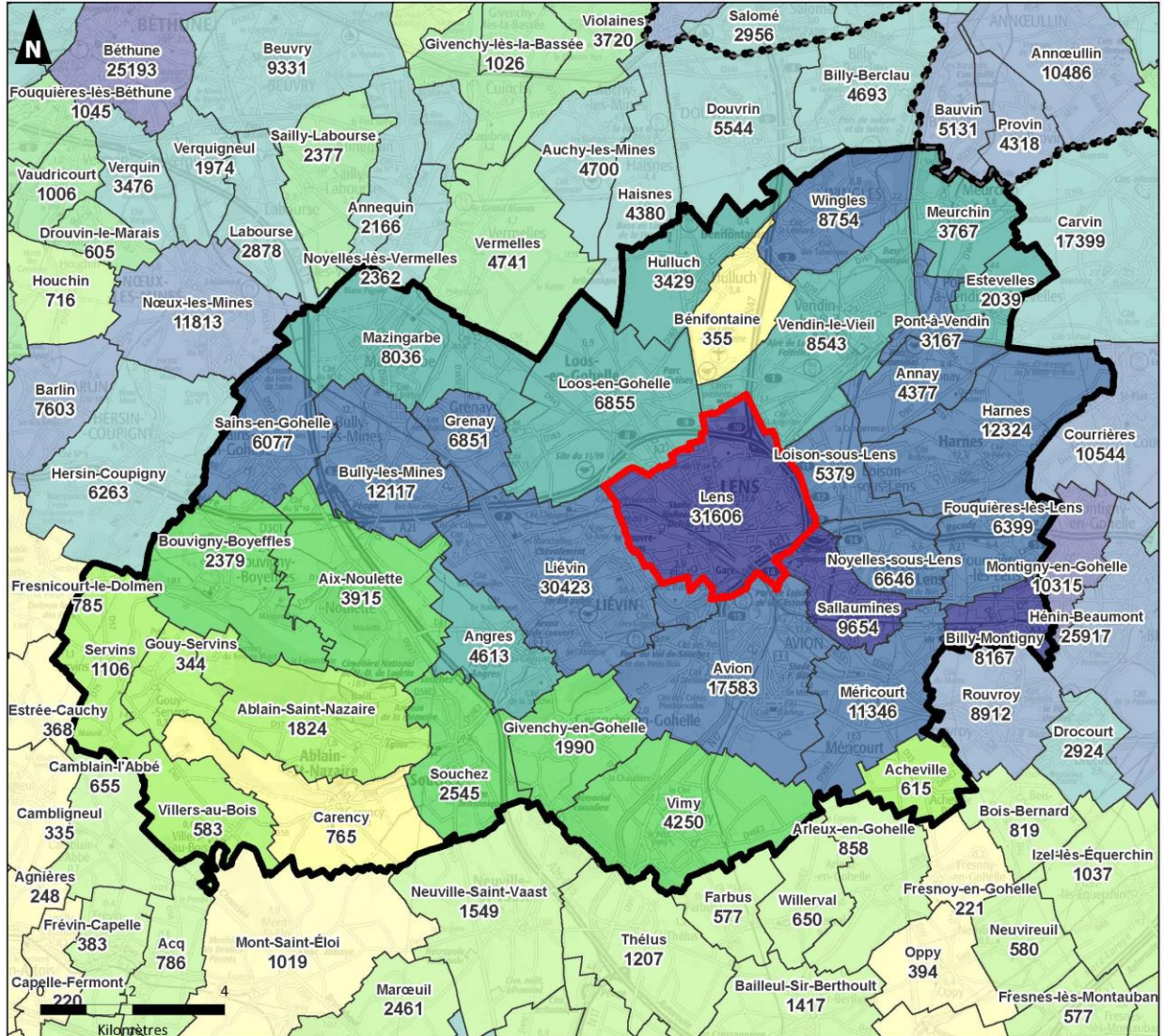
L'analyse comparative de la population depuis 1968 montre que Lens a vu sa population décroître en dents de scie pour plusieurs raisons : perte d'attractivité du territoire consécutif à la fermeture des mines et plus récemment de nombreuses interventions de restructuration et de réhabilitation des anciennes cités minières qui ont conduit les différents bailleurs du territoire à créer de la vacance afin d'intervenir sur leur patrimoine. La tendance générale à l'échelle de la Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin et du SCoT de de Lens-Liévin-Hénin-Carvin semblait également diminuer mais de manière beaucoup moins importante. En revanche, le territoire du Département du Pas-de-Calais à l'inverse connaît une croissance mesurée de sa population.

Evolution comparée de la population sur une base 100 en 1968



Concernant la densité de population, la commune de Lens, située au cœur de la CALL, est la commune la plus densément peuplée puisqu'elle présente une densité de plus de 2 500 habitants au km².

Densité de population en 2018



Sources : INSEE - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

- Commune concernée
- Limites communales
- Limite intercommunale de la CA Lens-Liévin
- Limites départementales

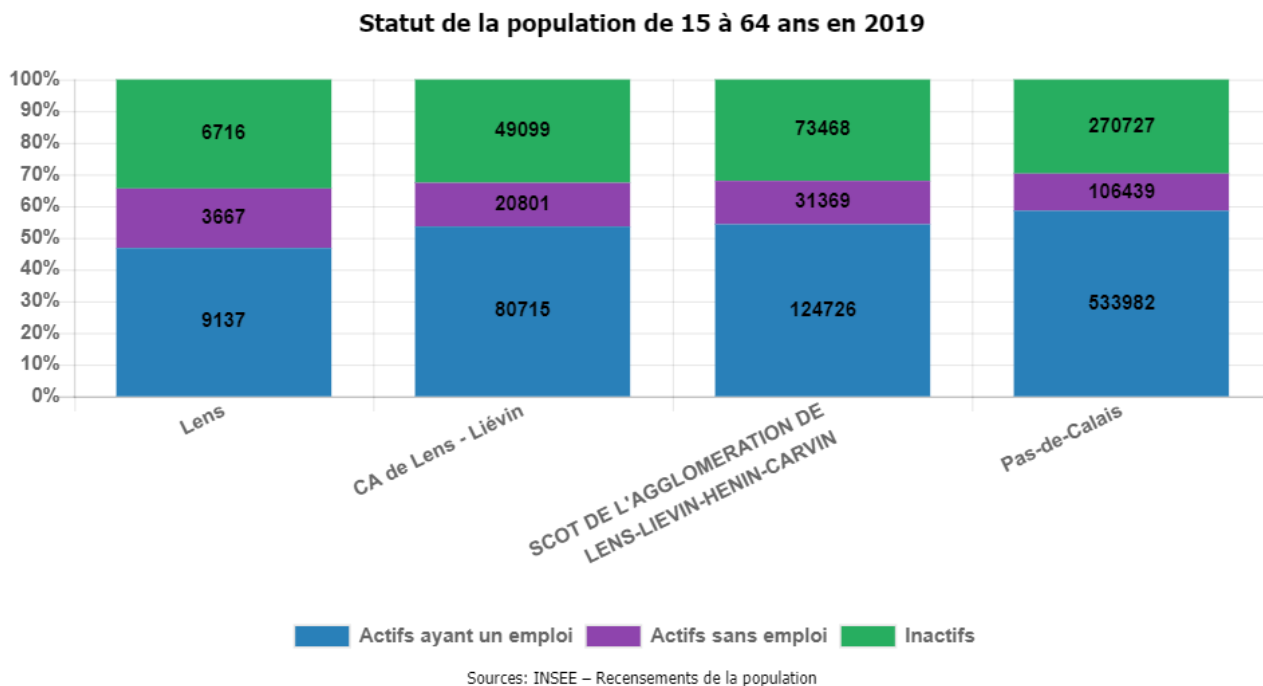
Densité de population en 2018 :

- < 100
- 100 - 250
- 250 - 500
- 500 - 1000
- 1000 - 2500
- > 2500

X = Population en 2018

2.1.2 Economie

■ Statut d'occupation

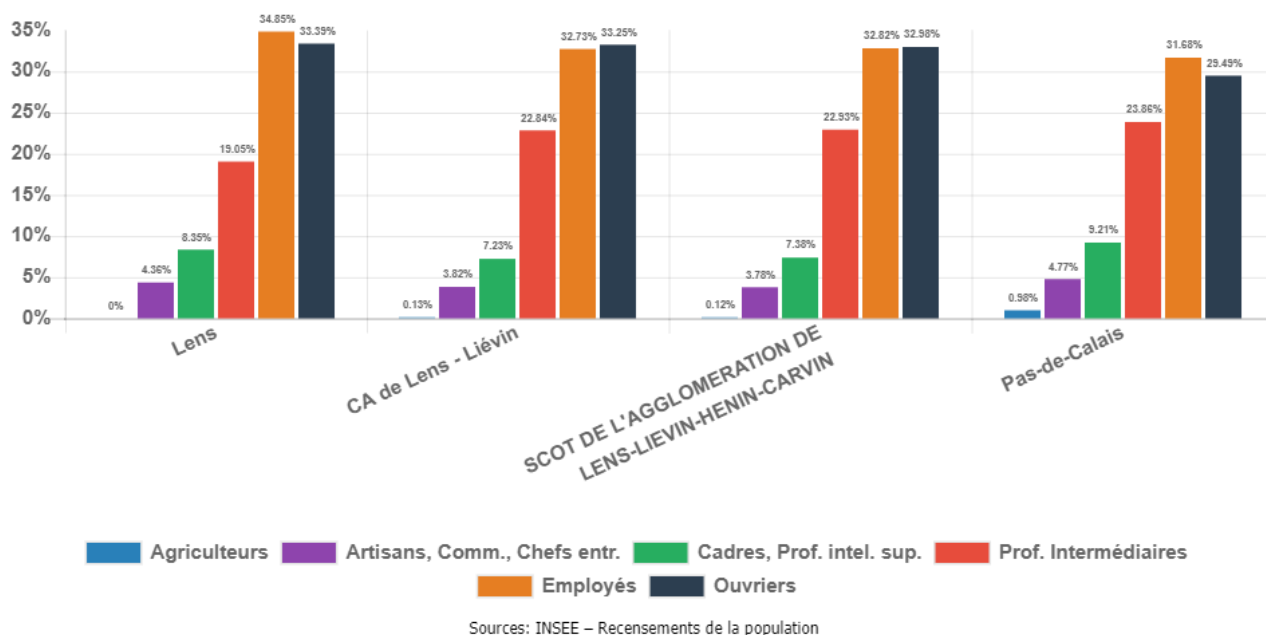


La part des actifs lensois représente 65% de la population âgée entre 15 et 64 ans. La part de ces actifs occupant un emploi est de 83%. De ce constat, 18,8% de la population lensoise active est sans emploi en 2019, selon les données de l'INSEE.

Ces tendances suivent celles observées à l'échelle de la CALL et du SCoT de Lens-Liévin-Hénin-Carvin. En revanche, le Département du Pas-de-Calais semble détenir davantage d'actifs ayant un emploi.

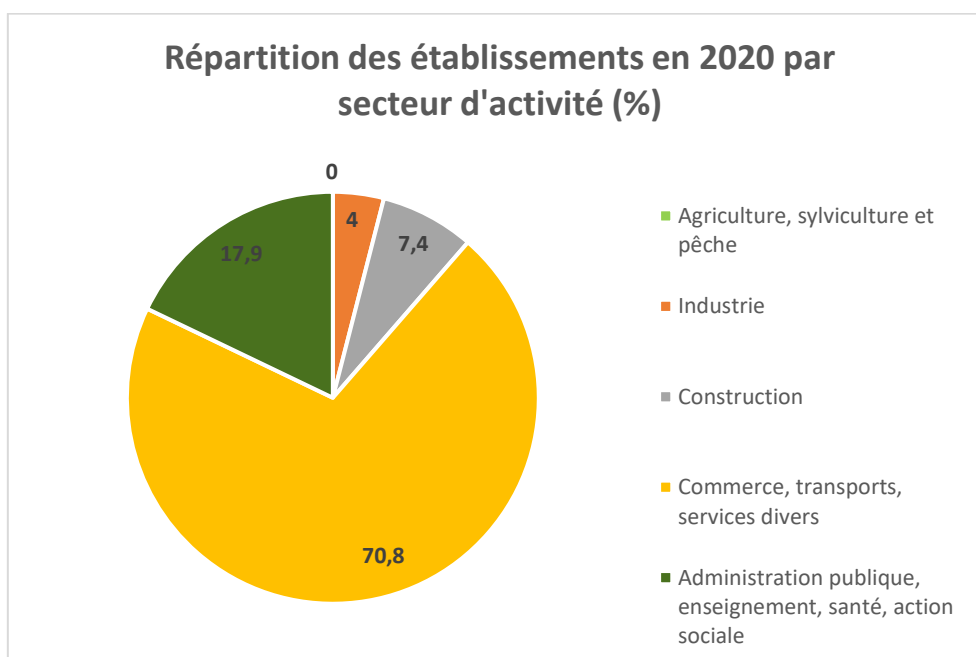
De plus, il est à noter que la proportion d'actif sans emploi est plus conséquente pour la commune de Lens (18,8%) que pour les territoires de comparaison avec respectivement une part de 14,3% pour la CALL, 13,8% pour le SCoT et 11,8% pour le Département.

Catégories socioprofessionnelles de 15 à 64 ans en 2019 (%)



Le graphique ci-dessus permet d'analyser les catégories socio-professionnelles auxquelles correspondent les habitants d'un territoire. Les catégories socio-professionnelles les plus représentées sur le territoire lensois sont celles des employés (34,8%) et des ouvriers (33,4%). Le taux de cadres et professions intellectuelles supérieures représente 8,4%, légèrement plus élevé que celui de la CALL et celui du SCOT mais est moins important que celui du Département (9,2%).

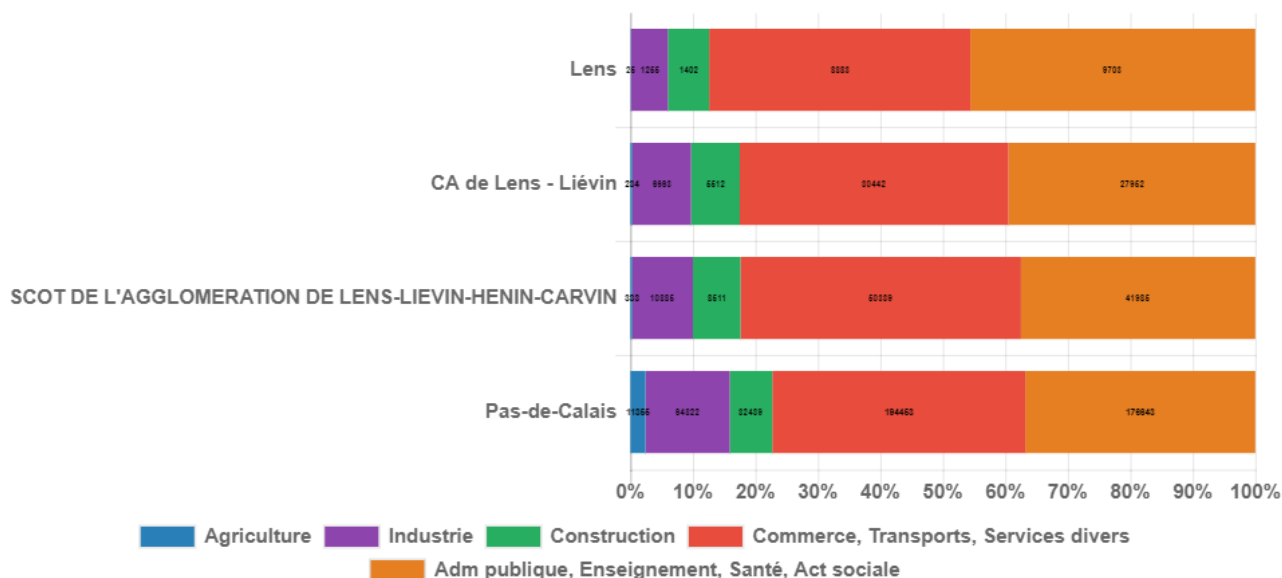
La commune suit les tendances des autres échelles d'analyse en possédant des CSP majoritairement tournées vers les employés et ouvriers.



Source : INSEE, 2020

La commune de Lens dispose d'un tissu économique dynamique et varié avec un total de 1 074 établissements en 2020 selon l'INSEE. Près de deux établissements sur trois sur le territoire sont liés au commerce, transport, service divers.

Emplois par secteur d'activité sur le territoire en 2019 (exploitation complémentaire)

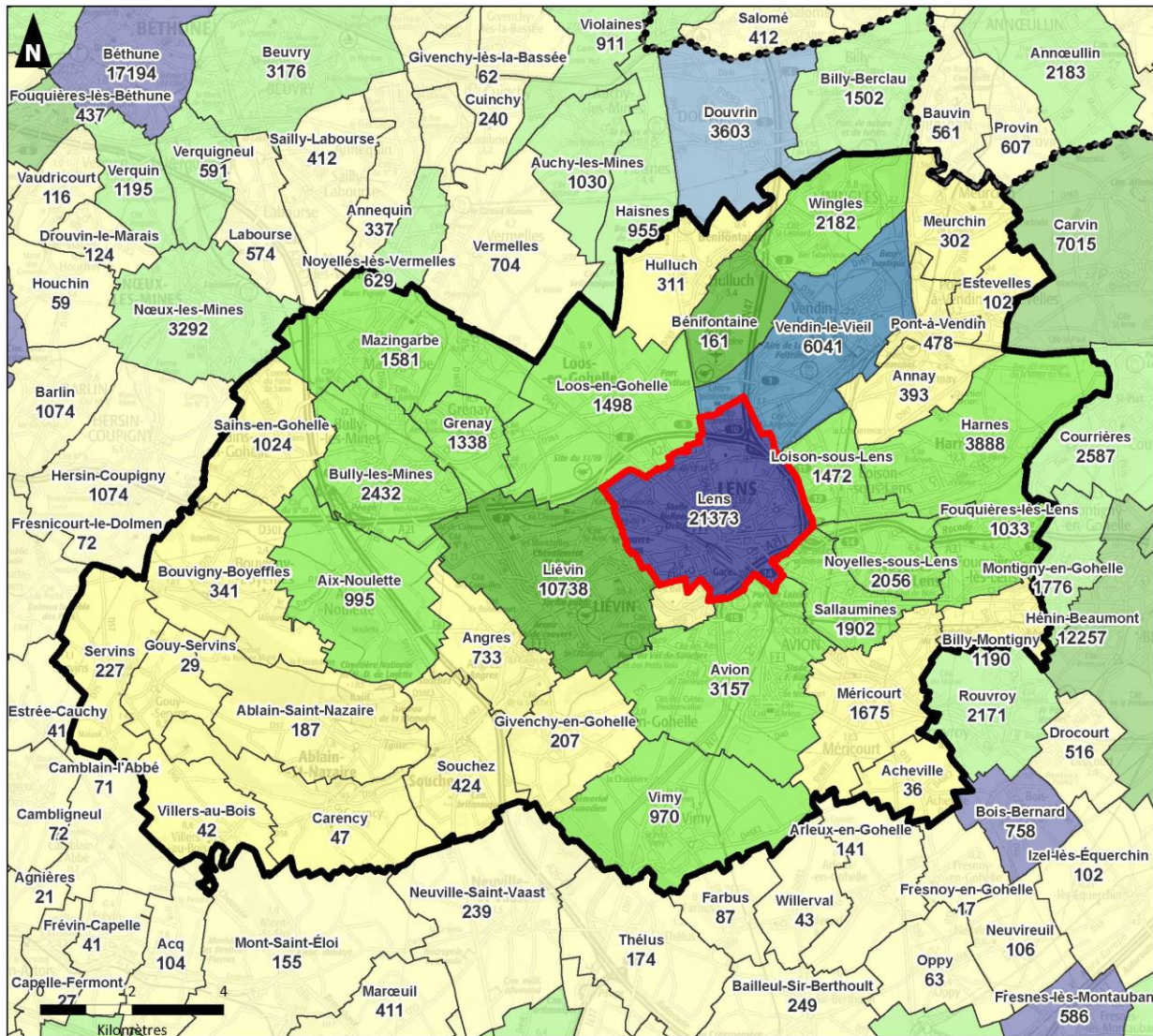


Sources: INSEE – Recensements de la population

Les emplois proposés en 2019 sont majoritairement issus du secteur du commerce, transports, services divers. Le secteur du tertiaire avec l'administration publique, l'enseignement, la santé et l'action sociale arrive juste après. Cette tendance semble suivre celle du périmètre de la CALL, du SCoT et du Département.

L'indice de concentration de l'emploi désigne le rapport entre le nombre d'emplois offerts dans une commune et les actifs ayant un emploi qui résident dans la commune. On mesure ainsi l'attraction par l'emploi qu'une commune exerce sur les autres. En 2018, pour 100 actifs résidant à Lens, environ plus de 200 emplois sont proposés sur le territoire communal. Dès lors, la commune offre un nombre très important d'emplois par rapport au nombre d'actifs présents sur le territoire. En 2018, la commune de Lens proposait 21 373 emplois. Cela fait de Lens la commune la plus attractive de la CALL au niveau de l'emploi.

Indice de concentration de l'emploi en 2018



Sources : INSEE - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

- Commune concernée
 - Limites communales
 - Limite intercommunale de la CA Lens-Liévin
 - Limites départementales
- Indice de concentration de l'emploi en 2018 :**
- < 50
 - 50 - 100
 - 100 - 150
 - 150 - 200
 - > 200
- X = Nombre d'emplois en 2018

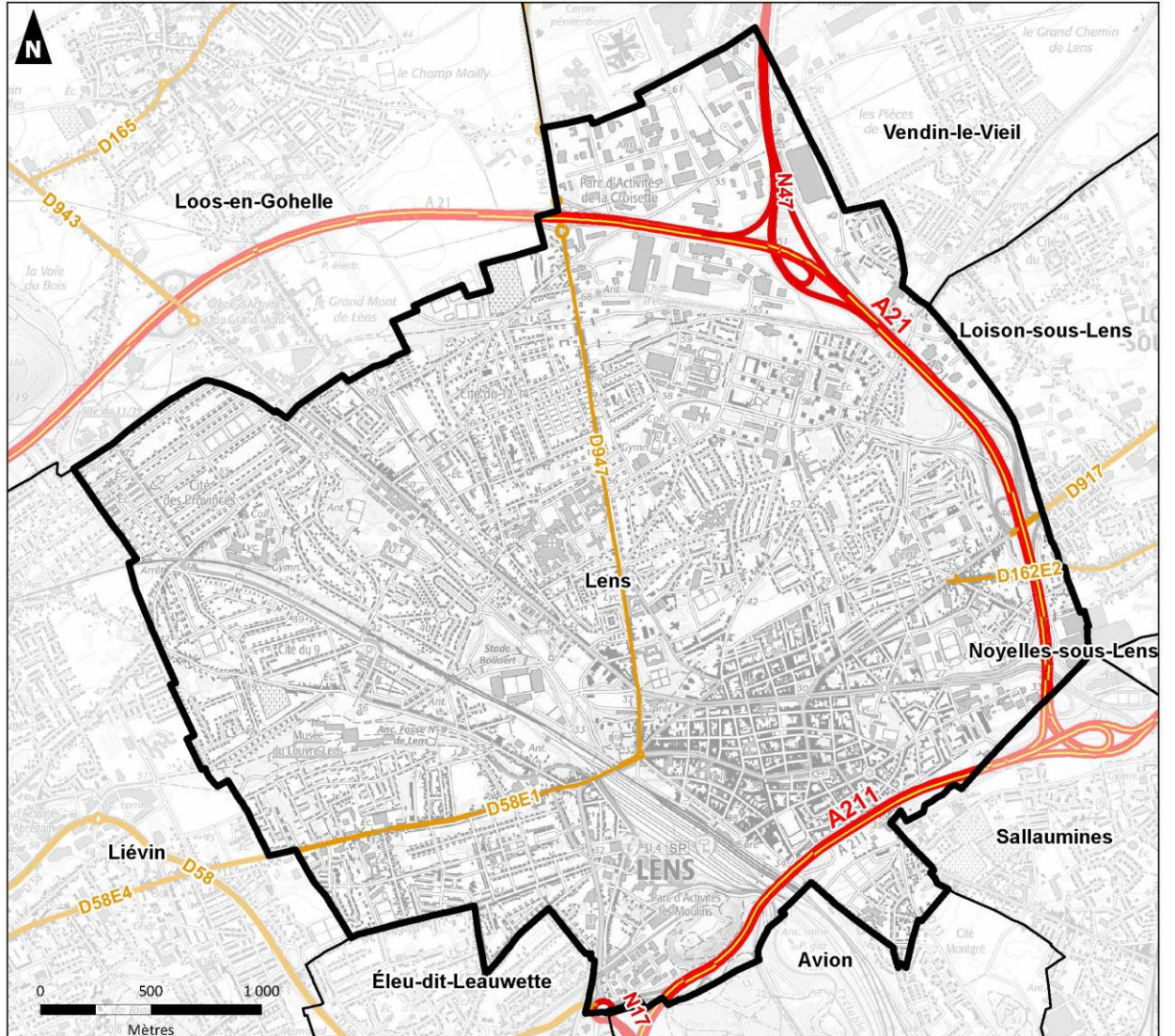
2.1.3 Déplacements

■ Réseau routier

La commune de Lens offre un réseau d'infrastructures routières qui lui permet d'être reliée aux principales villes alentours, notamment grâce au réseau autoroutier. De plus, le maillage de routes départementales et nationales permet également une connexion avec les communes alentours. Les principaux axes routiers sont :

- La RD937 assure les liaisons entre Lille et Béthune ;
- La RD16E2 sur sa frange Est qui donne accès à Loison-sous-Lens ;
- La RD58E1 raccorde Lens à sa commune voisine Liévin ;
- La RN17 permet de rejoindre Lille à Paris en passant par Arras ;
- La N47 donne accès à Lille Ouest ;
- l'A21 permet de rejoindre l'A1 (Lille-Paris) ainsi que l'A26 (Calais-Saint-Quentin) ;
- L'A211 qui contourne Lens dans sa frange Sud-Est.

Principaux axes routiers



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

- | | |
|--------------------|-------------------------|
| Commune concernée | Réseau routier : |
| Limites communales | Autoroute |
| | Nationale |
| | Départementale |

■ Réseau de transports en commun

La commune de Lens bénéficie d'une desserte du Train à Grande Vitesse qui assure six liaisons directes Paris-Lens par jour, huit autres liaisons sont possibles mais avec une correspondance. Aussi, la gare est desservie par 3 lignes de TER qui assurent les directions suivantes :

- Ligne Arras-Calais ;
- Ligne Lens-Lille ;
- Ligne Douai-Lens.

De plus, TADAO structure le réseau intercommunal de transports en commun en traversant 115 communes au sein des Communautés d'Agglomération de Lens-Liévin, Hénin-Carvin et de Béthune-Bruay-Artois-Lys-Romane. Plusieurs lignes desservent Lens dont trois sont des Bus à Haut Niveau de Service (BHNS). D'autres lignes sont en cours de développement, notamment afin de desservir le futur Centre Hospitalier Métropolitain de l'Artois, localisé au bord de l'A21 entre Lens et Loos-en-Gohelle.

2.2 Bilan du Règlement Local de Publicité actuel

■ Règlementation à suivre

Le Règlement Local de Publicité de la ville de Lens a été approuvé en 2011. Il fixe des règles pour les différentes typologies de publicité, de préenseigne et d'enseigne présentes sur le territoire. Le RLP définit cinq zones pour la publicité et préenseigne :

- La zone de publicité restreinte 1 : espace représentant le centre-ville élargi ;
- La zone de publicité restreinte 2 : rayon de 100 mètres autour du « rond-point Bollaert » ;
- La zone de publicité restreinte 3 : une bande de 30 mètres autour des 10 grands axes du territoire ;
- La zone de publicité restreinte 4 : les espaces non compris en ZPR1, ZPR2, ZPR3 et la ZPE ;
- La zone de publicité élargie : site du stade Bollaert-Delelis.



Carte 1. Zonage actuel du RLP de Lens – Source : RLP Lens

Le zonage apporte des règles différentes pour les publicités (incluant les préenseignes) selon leur localisation. Cependant, le RLP actuel ne prévoit pas de réglementation par zone pour les enseignes.

Les dispositions du RLP actuel de Lens sont les suivantes :

	Régime général en agglomération	ZPR 1 Centre-ville	ZPR 2 Rond-Point Bollaert	ZPR 3 Grands axes	ZP Elargie Stade Bollaert	ZPR 4 Autres secteurs agglomérés
Publicité ou préenseigne apposée à plat	2 x 12 ² alignés par support	1 x 4 à 12 m ² par pignon (hors cadre)	Non	1 x 4 à 12 m ² par pignon aveugle (hors cadre) 0,25 m des arêtes du mur Bâches publicitaires possibles en ZPE uniquement		
Publicité ou préenseigne scellée	1x12 m ² /UF<40 ml 2x12m ² /UF [40-80[ml + 1/80ml	1 x 4 à 12 m ² /UF (hors cadre)	Non	1 x 4 à 12 m ² (hors cadre) /100 ml (par côté de rue)	Régime général	4 à 12 m ² (hors cadre)
Mobilier urbain et DP	2 à 12 m ²	Régime général				
Publicité numérique	8 m ²	Non	Non	Non	Régime général	8 m ²
Enseigne à plat	15 à 25 % façade Pas de limitation en nombre	Lettrages ou signes découpés de 0,4 m de haut (pas de caissons lumineux) Une seule ligne d'écriture de 6 m de long maximum. + protections éléments architecturaux. Une enseigne sur clôture de 60 x 60 cm				
Enseigne en drapeau		1 enseigne par façade d'établissement (2 max) Surface de 60 x 60 cm – Saillie de 5 cm – 2,8 m / sol				
Enseigne scellée	1/ voie 12 m ² 6,5 à 8 m de haut	Totems limités à 4 m de haut 3 mats porte drapeau espacés de 5 m pour les parcelles > 20 ml				
Enseigne sur toiture	3 m de haut et 60 m ² cumulé	Interdite				
Enseigne numériques	Oui	Régime général				

Tableau 4. Synthèse de la réglementation du RLP actuel – Source : RLP Lens

■ Analyse du RLP en vigueur

Le RLP de la commune de Lens est ce qu'on appelle un RLP ancienne génération. En effet, le RLP actuel a été élaboré concomitamment aux deux lois Grenelles qui sont venues remettre à plat l'ensemble de la réglementation des publicités et des enseignes. Aussi, ces lois ont rendu caduc certains RLP qui ont été approuvés et arrêtés avant l'entrée en vigueur de ces deux lois. Toutefois, le RLP de la commune de Lens ayant été approuvé et arrêté après l'entrée en vigueur de la dernière loi Grenelle, ce dernier n'est pas concerné par la caducité des RLP.

• Avis réglementaire

Aussi, du fait de la promulgation des deux lois Grenelles, le RLP comporte donc des dispositions qui ne sont plus en conformité avec les nouvelles dispositions législatives et réglementaires applicables au contenu des RLP. Dans le cas de Lens, cela se traduit notamment par :

- Les nouveaux RLP doivent couvrir l'intégralité du territoire communal ;
- Les zones de publicité élargies n'existent plus ;

• Avis sur le fond

Le RLP en vigueur comporte des dispositions pour toutes les catégories de dispositifs (publicités & préenseignes, enseignes).

Toutefois, le document comporte des dispositions qui ne répondent plus aux enjeux de protection du cadre de vie et qui ne prennent pas en compte les récentes évolutions du territoire et le patrimoine de la commune, notamment le patrimoine historique et minier inscrit au Patrimoine Mondial de l'UNESCO depuis 2012. De plus, depuis 2011, le territoire a considérablement évolué et a regagné en attractivité, ce qui motive une révision du RLP. Enfin, en lien avec le développement et l'attractivité du territoire, la commune de Lens a approuvé la révision de son Plan Local d'Urbanisme (PLU) en décembre 2020. Aussi, après la révision de ce document d'importance pour le développement et l'aménagement du territoire, la commune de Lens a voulu procéder à la révision de son RLP.

C'est aussi un document qui ne prend pas en compte les évolutions réglementaires et technologiques concernant la publicité extérieure :

- Des formats utilisés pour la publicité en voie d'obsolescence (12 m² d'affiche) ;
- Des règles d'inter-distance fixes pour les publicités illégales ;
- Absence de limitation des périodes d'éclairage des publicités et enseignes ;
- Il n'y a pas de zones d'interdiction de la publicité et les formats utilisés comme les densités sont très impactant pour les paysages Lensois.
- Absence de dispositions concernant les dispositifs lumineux situés derrière vitrine.

2.2.1 Paysages et patrimoines

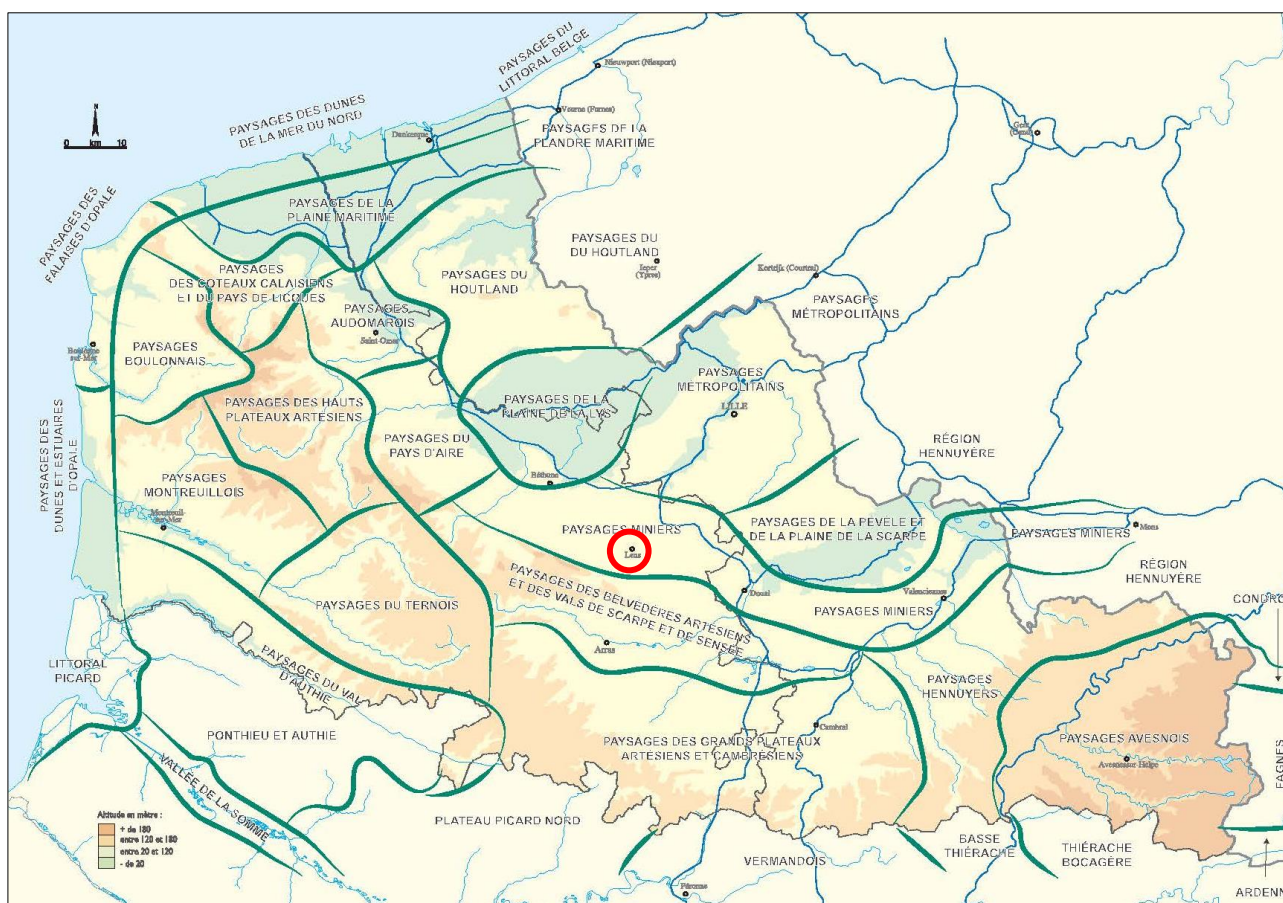
2.2.1.1 Les entités paysagères

La ville de Lens est située sur une plaine marquée par quelques éléments de relief lointains : les crêtes de Pinchonvalles au sud et les terrils marquent le paysage minier, au nord et au sud de la commune.

En effet, selon les éléments issus de l'Atlas des paysages du Nord – Pas-de-Calais, la commune de Lens intègre la famille des « **Paysages Miniers** ».

Les Paysages Miniers se composent de 4 sous-ensembles paysagers :

- Le bassin bruaysien et béthunois marches artésiennes ;
- Le bassin valenciennois ;
- Le bassin lensois ;
- Le bassin douaisien.



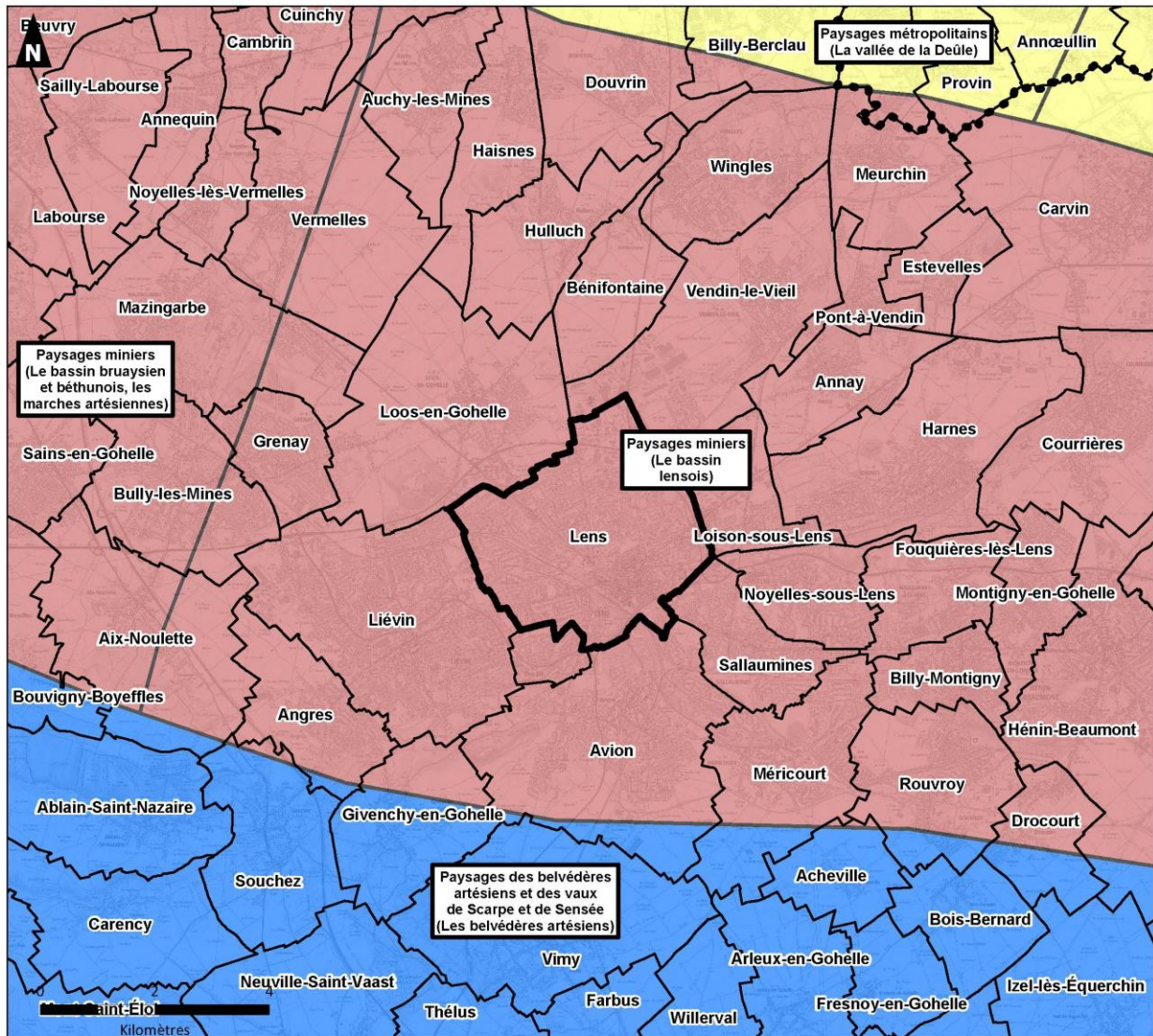
Carte 2. Définition des Grands Paysages Régionaux – Source : Atlas des Paysages du NPDC

L'activité minière a eu sur le paysage de cette zone intermédiaire entre haut et bas pays, une incidence importante. De fait, il ne reste plus beaucoup de traces perceptibles d'une « histoire d'avant la mine » et à bien des égards, les franges de ce paysage sont soumises à une véritable hégémonie du profil minier dans lequel les terrils font figure de porte étendard. Les terrils bornent en effet l'horizon tout en constituant un point de vue d'où la plaine peut être embrassée du regard. Si l'étendue est-ouest est considérable, le bassin

ne présente qu'une faible épaisseur Nord/Sud qui permet une certaine imbrication de paysages, offrant des respirations salutaires dans cet ensemble d'une densité urbaine et sociale par ailleurs très prégnante.






Les paysages miniers sont marqués par le mono-fonctionnalisme qui leur a donné naissance. Ils furent à tous les niveaux organisés comme un outil au service de l'extraction minière. Ainsi, à l'unité de base, répétée comme à l'infini est constituée du tryptique carreau-chevalement-terril, s'ajoutent des manifestations « secondaires » qui ont trait à l'organisation industrielle et sociale d'une activité extrêmement consommatrice de main d'œuvre. Ces paysages dont le motif unitaire est composé de l'ensemble carreau/cité, dans lequel les secondes prennent le pas sur le premier, la trace des puits s'étant perdue en bien des endroits. Un regard nouveau sur ces paysages conserve à la mémoire cette cadence : les cités succèdent aux cités qui succèdent aux cités... Les lignes de coronas, les séries de maisons mitoyennes desservies par des rues qui s'arrêtent en plein champ finissent par construire un système urbain, dont la monotonie et l'absence de centralité peuvent décourager. La monotonie n'est pourtant qu'apparente : la « ville minière » recèle d'infinies variations ou se disputent la géographie et l'histoire.

Entités paysagères



Sources : LADYSS-CNRS - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

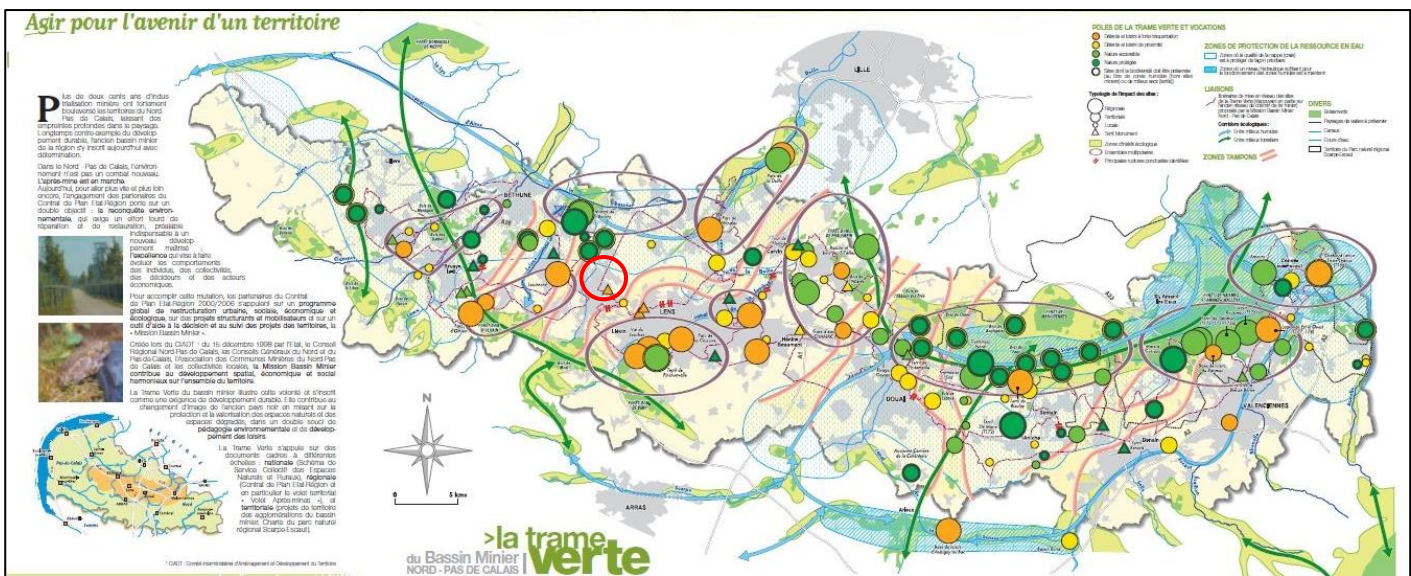
- | | |
|---|--|
|  Commune concernée | Entités paysagères : |
|  Limites communales |  Paysages des belvédères artésiens et des vaux de Scarpe et de Sensée |
|  Limites départementales |  Paysages miniers |
| |  Paysages métropolitains |

2.2.1.2 Le patrimoine naturel

■ Trame Verte et Bleue du bassin minier du Nord-Pas-de-Calais

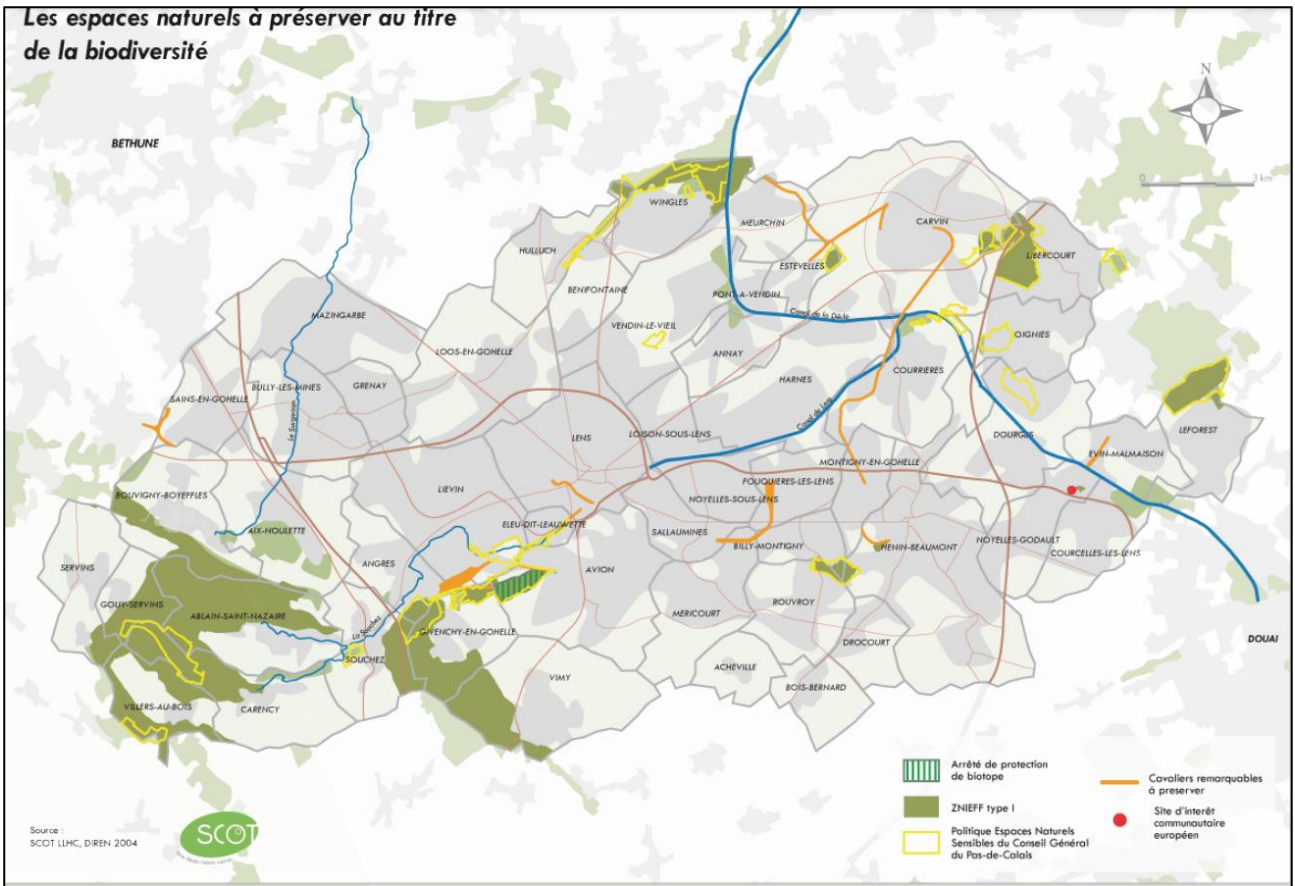
Source : PLU de Lens

Une première Trame Verte du bassin minier a été initiée en 2000 et mise à jour en 2013. Lens occupe une position centrale dans ce territoire, inscrivant la ville au cœur d'un réseau naturel large, qui s'étend de Villers à Combe-sur-l'Escaut. Cette initiative vise à reconquérir l'intérêt pour la biodiversité des milieux naturels d'un territoire longtemps marqué par l'industrialisation minière et aux préoccupations environnementales peu développées. En particulier, le Louvre-Lens et le parc de la Glissoire sont identifiés comme des pôles de loisirs en pleine nature.

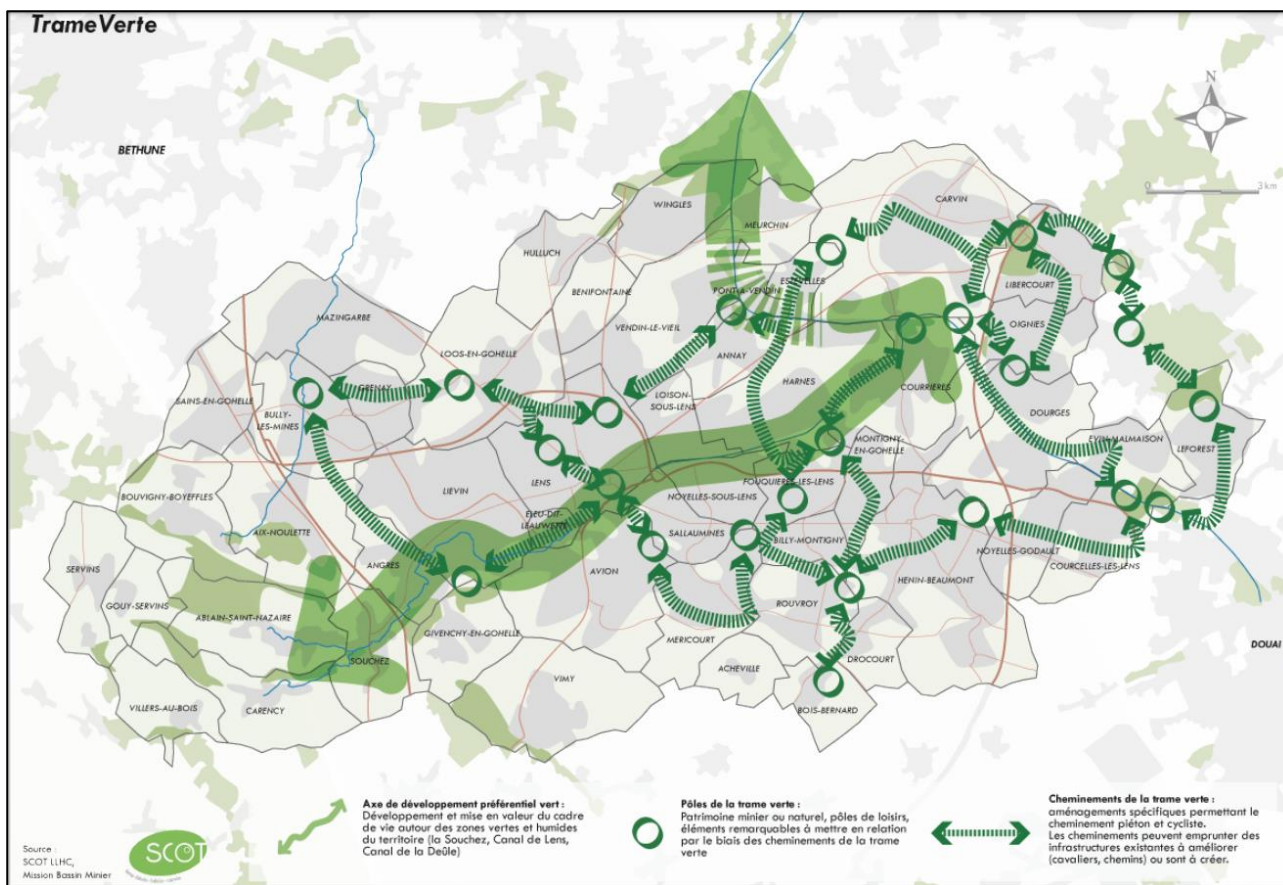


Carte 3. Trame Verte et Bleue du bassin minier du Nord-Pas-de-Calais

Le SCOT de Lens-Liévin-Hénin-Carvin identifie deux cavaliers remarquables à préserver au titre de la biodiversité ainsi que la vallée de la Sauchez, comme axe de développement préférentiel vert.



Carte 4. Les espaces naturels à préserver au titre de la biodiversité – SCOT LLHC



Carte 5. Trame verte – SCoT LLHC

2.2.1.3 Le patrimoine bâti protégé

■ Les Monuments Historiques

Aux termes de la loi du 31 décembre 1913 sur les Monuments Historiques et de ses textes modificatifs, les procédures réglementaires de protection d'édifices sont de deux types et concernent :

- " les immeubles dont la conservation présente, du point de vue de l'histoire ou de l'art, un intérêt public " ; ceux-ci peuvent être classés parmi les monuments historiques en totalité ou en partie par les soins du ministre " ;
- " les immeubles qui, sans justifier une demande de classement immédiat, présentent un intérêt d'histoire ou d'art suffisant pour en rendre désirable la préservation " ; ceux-ci peuvent être inscrits sur l'inventaire supplémentaire des monuments historiques par arrêté du préfet de région (article 2 modifié par décret du 18 avril 1961).



HISTORIQUE

Voici la liste des Monuments Historiques présents sur la commune de Lens :

Appellation	Type	Inscription/classement
Cité n°11 école Pasteur et dispensaire	Immeuble	Inscription le 25/11/2009

Cité n°11 presbytère et salle Saint-Pierre	Immeuble	Inscription le 25/11/2009
Cité n°12 – Groupe Scolaire Jean Macé	Immeuble	Inscription le 25/11/2009 et le 01/12/2009
Eglise Saint-Edouard et son presbytère	Partie d'immeuble	Inscription le 25/11/2009
Monument en hommage à Emile Basly	Immeuble	Inscription le 09/10/2009
Logements des sœurs de la cité n°12	Partie d'immeuble	Inscription le 01/12/2009
Eglise du Millénum	Immeuble	Inscription le 10/07/2015
Monuments aux morts de la Première Guerre Mondiale	Immeuble	Inscription le 09/10/2009
Gare S.N.C.F. de Lens	Immeuble	Inscription le 28/12/1984
Monument aux morts de la Compagnie des Mines de Lens	Immeuble	Inscription le 01/12/2009
Maison Syndicale des mineurs et ancienne salle de cinéma « Le Cantin »	Immeuble	Inscription le 15/11/1996
Anciens Grands Bureaux de la Compagnie des Mines de Lens	Immeuble	Inscription le 01/12/2009

Tableau 5. Liste des Monuments Historiques présents sur le territoire communal

Un autre périmètre déborde sur la ville de Lens. Il s'agit du Monument Historique des pendus au sein de la cité 12 de Loos-en-Gohelle, monument classé.

Les Monuments Historiques de la cité n°11 : l'école Pasteur et le dispensaire ainsi que le presbytère et la salle Saint-Pierre ont fait l'objet avec l'ancien site minier de la Fosse 11-19 (Loos-en-Gohelle) d'un arrêté du Préfet de région portant création d'un périmètre de protection modifié en 2022.

Sur les monuments historiques inscrits et classés, la publicité est interdite (article L.581-4 1° et L.581-4 2° du Code de l'environnement) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

Monuments historiques



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

- Commune concernée
- Limites communales
- Monument historique
- Périmètre de protection autour des MH

Monuments historiques :

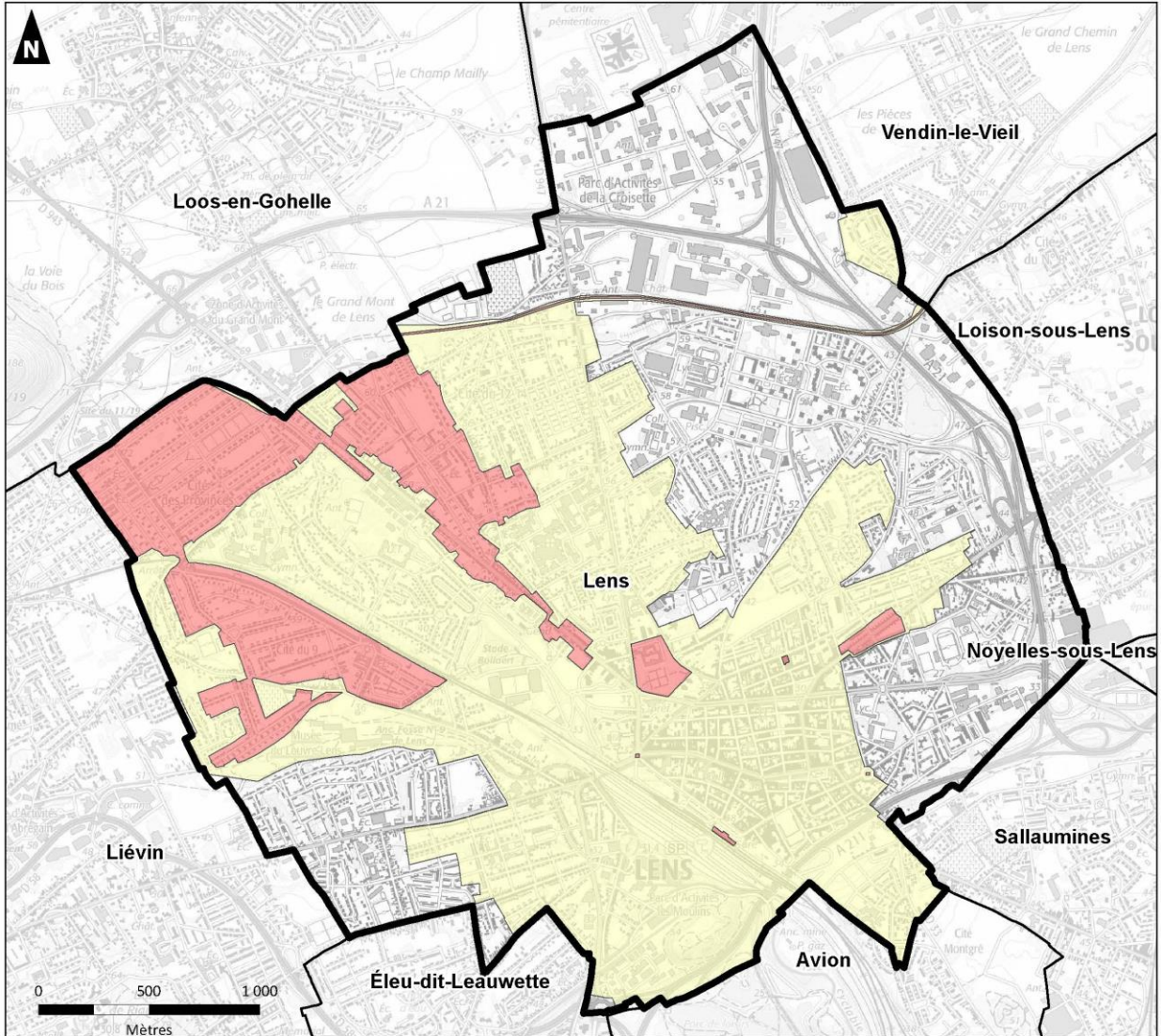
- 1 - Cité n°11 école Pasteur et dispensaire
- 2 - Eglise Saint-Edouard et son presbytère
- 3 - Cité n°12 – Groupe Scolaire Jean Macé
- 4 - Monument en hommage à Emile Basly
- 5 - Logements des sœurs de la cité n°12
- 6 - Cité n°11 presbytère et salle Saint-Pierre
- 7 - Eglise du Millénium
- 8 - Monuments aux morts de la Première Guerre Mondiale
- 9 - Gare S.N.C.F. de Lens
- 10 - Monument aux morts de la Compagnie des Mines de Lens
- 11 - Maison Syndicale des mineurs et ancienne salle de cinéma « Le Cantin »
- 12 - Anciens Grands Bureaux de la Compagnie des Mines de Lens

■ Patrimoine mondial de l'UNESCO

La ville de Lens est reconnue pour son patrimoine historique avec l'inscription du Bassin Minier au patrimoine mondial de l'UNESCO. En effet, l'ensemble du Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais est inscrit depuis 2012 sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO comme « paysage culturel évolutif vivant ». Cette reconnaissance participe à la sauvegarde et la mise en valeur d'un patrimoine architectural (cités minières), paysager (cavaliers) et historique (l'activité houillère) particulièrement riche. L'inscription sur la liste du patrimoine mondial atteste de la qualité des lieux, mais également des efforts déployés pour sa conservation. Il est à noter que cette reconnaissance n'engendre aucune obligation ou contrainte réglementaire en matière de publicité et d'enseignes. Seul le règlement local de publicité pourra apporter, par ses prescriptions, une protection des lieux.

Les périmètres UNESCO correspondent en grande partie à ceux appliqués aux Monuments Historiques. Toutefois, les périmètres UNESCO ne sont pas réglementés par le droit français. Ainsi, la protection des lieux se fait au travers de la protection réglementaire des Monuments Historiques.

UNESCO

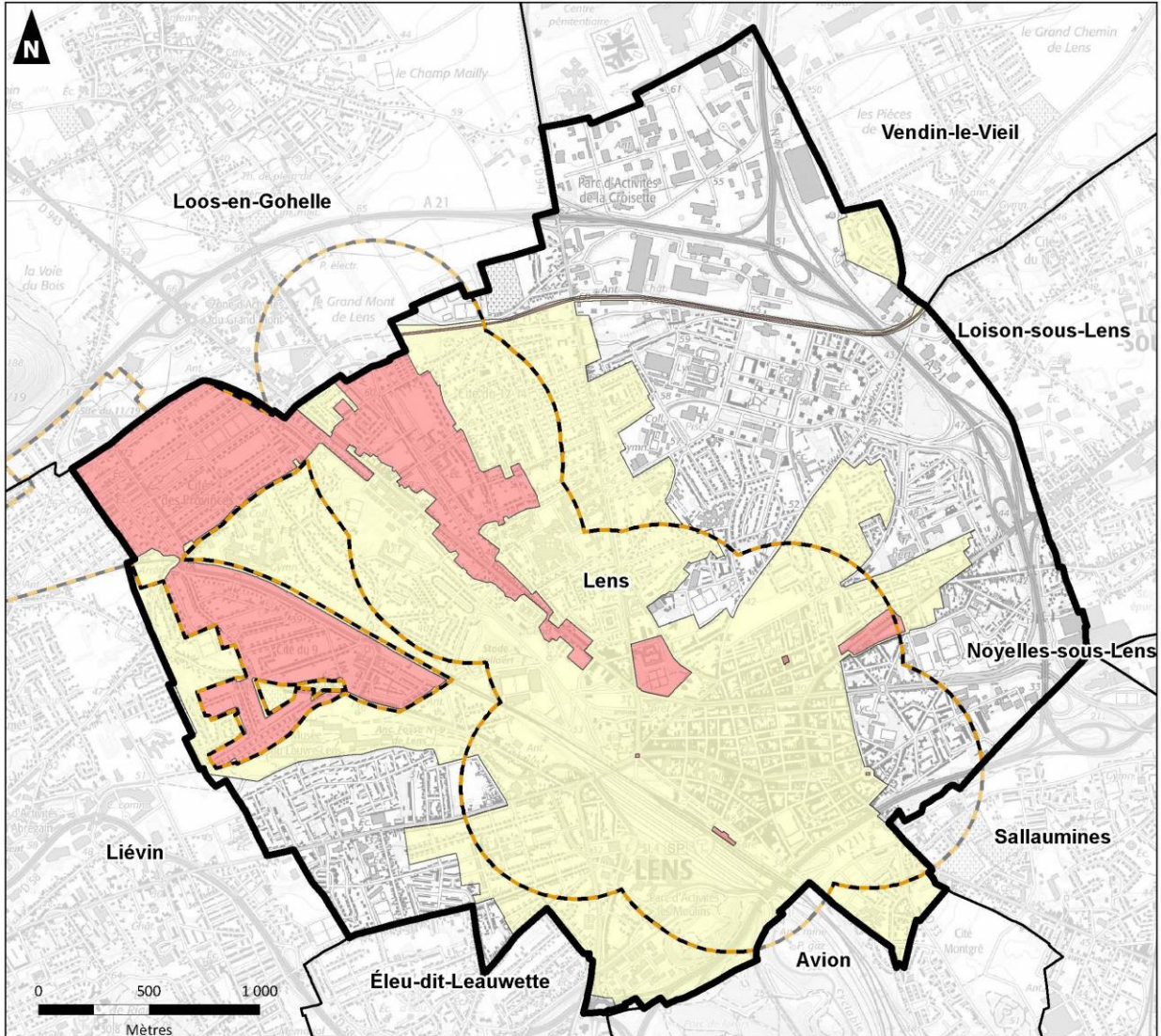


Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

-  Commune concernée
-  Périmètre UNESCO - Bien inscrit
-  Limites communales
-  Périmètre UNESCO - Zone tampon

Les périmètres de protection des Monuments Historiques et UNESCO



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

- Commune concernée
- Limites communales
- Périmètre UNESCO - Bien inscrit
- Périmètre UNESCO - Zone tampon
- Périmètre de protection autour des MH

■ Le patrimoine vernaculaire

Les éléments du patrimoine dit « vernaculaire¹ » correspondent à des édifices caractéristiques des pratiques locales. Ces édifices présentent une architecture traditionnelle, et mettent en valeur l'histoire, les activités et la culture locale. Leur caractère « ordinaire » aux yeux des populations les rend parfois « invisibles », car ils font partie intégrante de la vie d'un territoire et sont présents au quotidien. Ainsi, contrairement aux monuments classés ou inscrits, ils ne font l'objet d'aucune réglementation ou protection, et leur préservation est possible selon la volonté des élus communaux et des habitants.

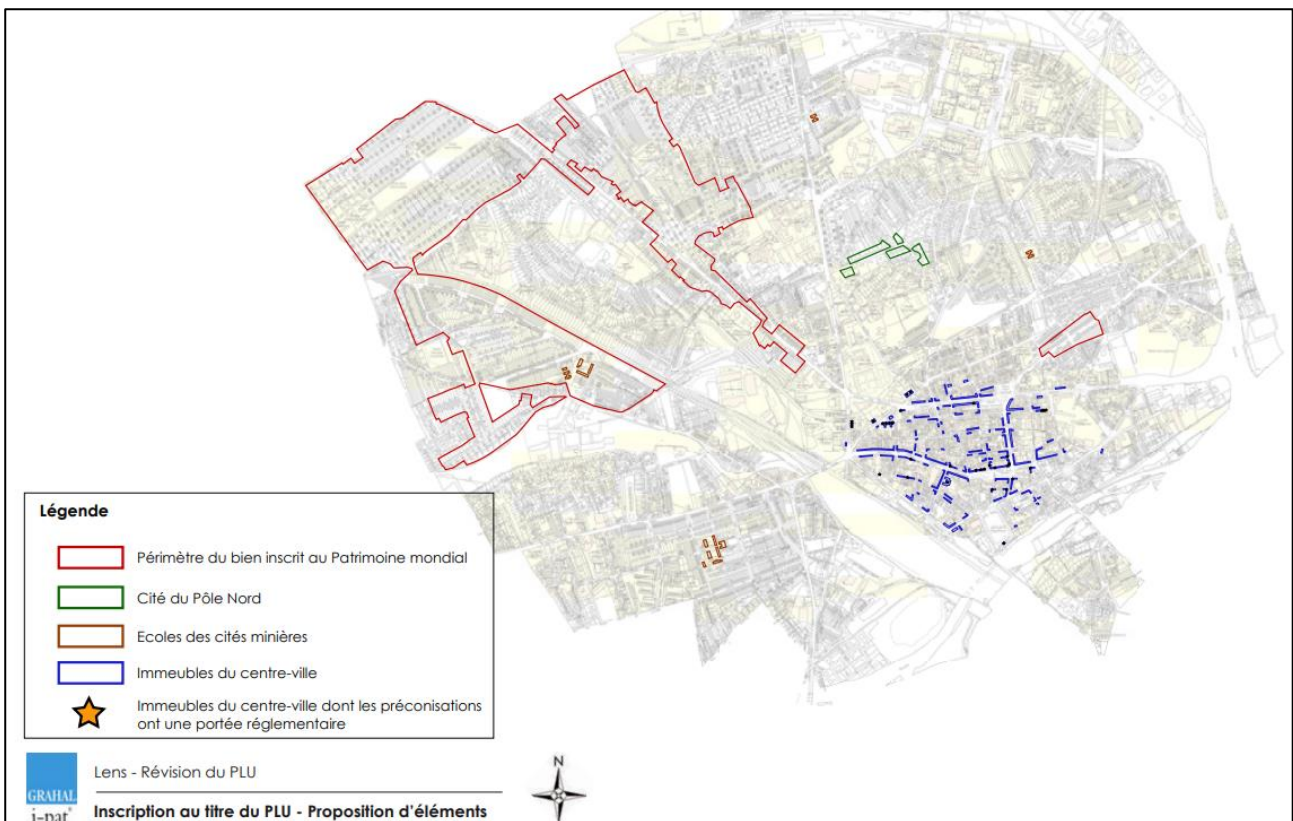
Pour ces édifices, le PLU peut s'avérer être un réel outil de protection au travers de l'article L.151-19 du code de l'urbanisme, qui concerne le patrimoine bâti à protéger, ou encore de l'article L.151-23 du même code concernant le patrimoine naturel et les entités végétales et paysagères à préserver.

La commune de Lens, lors de la révision de son PLU, a identifié des séquences d'immeuble et des immeubles en centre-ville, au titre de l'article L.151-19 du code de l'urbanisme. Ces édifices ont été bâtis lors de la Première Reconstruction, suite à la totale destruction de la commune pendant la Première Guerre Mondiale. Les édifices reconstruits sont des édifices de prestige avec des façades personnalisées selon plusieurs courants artistiques (Art Déco, Art Nouveau, éclectisme...). Le rez-de-chaussée de ces immeubles est aujourd'hui occupé par des commerces, ce qui peut parfois porter atteinte à la qualité des façades.

Les éléments inscrits au titre de l'article L.151-19 dans le Plan Local d'Urbanisme sont les suivants :

- Les cités minières situées au sein du périmètre du bien inscrit sur la Liste du Patrimoine Mondial ;
- La séquence de type chalet située au sein de la cité du Pôle Nord ;
- Les groupes scolaires de cités minières ;
- Les fronts bâtis du centre-ville ;
- Une trentaine d'immeubles repérés et pour lesquels s'appliquent des prescriptions spéciales.

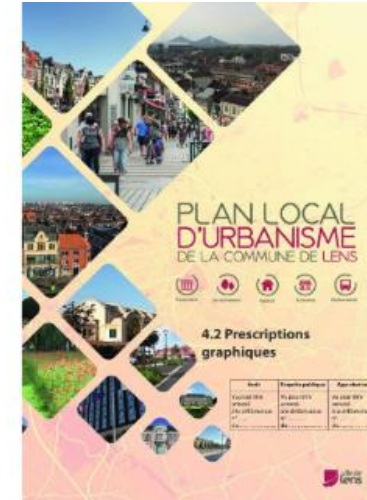
¹ Dans le domaine du patrimoine, le patrimoine vernaculaire désigne les éléments caractéristiques d'une culture locale, populaire, non-dominante, celle de l'histoire du quotidien et des pratiques : lavoirs, calvaires, ou petit bâti rural (cadoles, burons...) – source : géconfluences



Carte 6. Eléments protégés au titre de l'article L.151-19 du code de l'urbanisme – source : PLU de Lens

Le PLU identifie plusieurs éléments protégés au titre de l'article L.151-23. Les éléments identifiés sont des sites et secteurs à protéger pour des motifs d'ordre écologique, notamment pour la préservation, le maintien ou la remise en état des continuités écologiques ou pour définir des prescriptions de nature à assurer leur préservation.

Annexe 03.2



Prescriptions

Trame verte et bleue

- Arbre remarquable
- Corridors d'infrastructures
- Espaces Sociaux Classés
- Espaces urbains paysagers
- Espaces verts locaux
- Espaces verts paysagers
- Jardins partagés

Marges de recul ou alignement des voies

- Alignement : pas de recul
- Alignement : recul de 3 m
- Alignement : recul de 2.5 m
- Alignement : recul de 4.5 m
- Alignement : recul de 6 m
- Alignement : recul de 11.5 m
- Alignement : recul de 15 m
- Implantation d'éléments pour la construction d'aires

Linéaires

- Alignement d'arbres
- Linéaire commercial

Surfactiques

- Orientation d'Aménagement et de Programmation
- Limitation de la hauteur à 25 mètres ou 35 mètres
- Périmètre de 500 m autour des stations TCSF (BINC)
- Emplacement réservé
- Tracés de route

Caractéristiques physiques de la prescription	Superficie en m²
Emplacement réservé	798,181243
Emplacement réservé	2451,262633
Emplacement réservé	155,467323

Carte 7. Éléments protégés au titre de l'article L.151-23 – source : PLU de Lens

2.3 Diagnostic publicitaire du territoire lensois

2.3.1 Méthodologie

2.3.1.1 Recensement des dispositifs

La révision du RLP nécessite de connaître à un instant T la situation des publicités, préenseignes et enseignes sur le territoire. Le diagnostic publicitaire de ce dernier a pour objectif de faire un état de recensement des dispositifs implantés sur le territoire communal. Le diagnostic porte sur une spatialisation du territoire afin de mieux appréhender la stratégie de développement et d'aménagement de la commune. Cet état des lieux permet d'établir un bilan sur la publicité extérieure et de connaître les caractéristiques d'implantation des dispositifs et leur conformité RNP et au RLP actuel. Bien que l'affichage municipal soit pris en compte dans le recensement, l'analyse statistique ne porte pas sur ce type de dispositif, puisque tous les dispositifs d'affichage municipal sont conformes aux règlements.

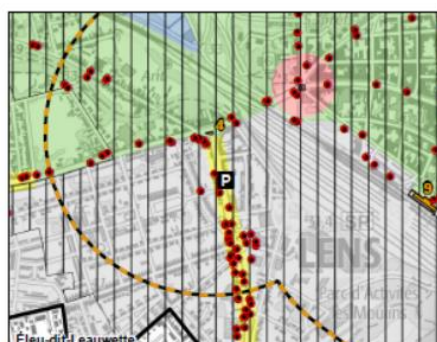
■ Méthodologie pour les publicités et préenseignes



Pour ce faire, un travail de terrain sur l'ensemble du territoire lensois a été effectué sur plusieurs jours. Il s'agissait de faire un recensement le plus exhaustif possible de tous les dispositifs de publicité et de préenseigne présents sur le territoire communal. Chaque dispositif a été géolocalisé sur un site de géoréférencement pour faciliter l'analyse. En même temps que leur localisation, une description a été faite afin de déterminer les principales caractéristiques propres à chaque dispositif.

Après cette phase de recensement, une analyse de la base de données a été réalisée au regard notamment de la conformité de chaque dispositif par rapport à la réglementation nationale et locale. Pour chaque dispositif (publicité, préenseigne), nous retrouvons les informations suivantes :

- La commune sur laquelle se trouve le dispositif ;
- Le type de dispositif ;
- Le nombre de dispositif ;
- La catégorie du dispositif ;
- Les caractéristiques du dispositif ;
- La largeur ;
- La hauteur ;
- La hauteur avec pied (si dispositif scellé au sol ou au sol) ;
- La surface unitaire par face en m² ;
- La conformité avec le RNP ;
- La conformité avec le RLP ;
- La localisation ou non du dispositif en agglomération.

Cette base permet d'éditer des fiches de recensement (cf. annexe n°1 au rapport de présentation). Chacune d'entre-elle recense un dispositif et donne à voir leurs informations :



-  Monument historique
- 4 - Monument E.Basly et environs
- 9 - Gare
-  Périmètre de protection autour des MH

-  Dispositif recensé
-  Autre dispositif à proximité
-  Limites communales
-  Bien inscrit UNESCO
-  Zone Tampon UNESCO

- Zonage actuel du RLP :
-  ZPR1
 -  ZPR2
 -  ZPR3
 -  ZPR élargie
 -  ZPR4



N°057



Rue : Route d'Arras

Zonage du RLP actuel : ZPR3

Périmètre MH : OUI

Périmètre UNESCO : Zone tampon

Conforme au RLP : NON

Conforme aux règles nationales : OUI

Propriétaire du panneau : Aucun

Type : Préenseigne(s)

Catégorie : dispositif(s) à plat

Caractéristique 1 : simple face

Caractéristique 2 :

Commentaires : non conforme au RLP car plusieurs dispositifs sur un même mur

Largeur en mètre : 3,4

Hauteur en mètre : 2,5

Hauteur avec pied en mètre :

Surface unitaire en m² : 8,5

Figure 2. Exemple de fiche réalisé pour les publicités et préenseignes

■ Méthodologie pour les enseignes

A contrario, un recensement non exhaustif a été réalisé pour les enseignes. En effet, la méthodologie pour le recensement des enseignes a consisté à repérer les grandes typologies d'enseignes présentes sur le territoire et analyser leur conformité au RLP et au RNP.

2.3.2 Les données clés de la publicité extérieure lensoise



Commune de Lens (62)
Règlement local de publicité



Localisation générale des dispositifs recensés

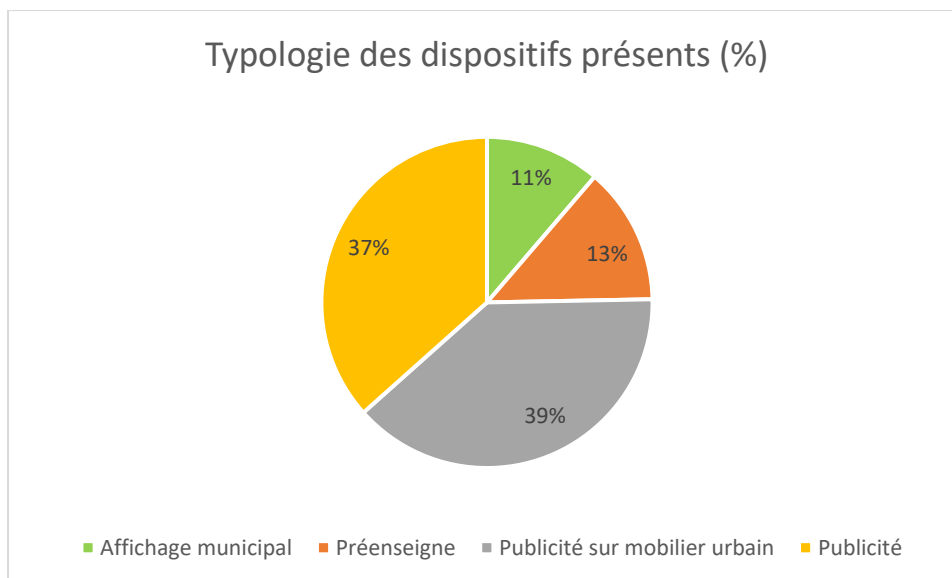


Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

-  Commune concernée
-  Dispositif recensé
-  Limites communales

Le travail de recensement a permis de relever 328 dispositifs présents sur la commune de Lens. Il s'agit de publicité, préenseigne, publicité sur mobilier urbain et d'affichage municipal. A la vue de la carte ci-dessus, les dispositifs semblent être implantés en majorité sur les principaux axes routiers ainsi qu'au sein du centre-ville de Lens.



Parmi ces 328 dispositifs, une majorité sont des publicités (37%) et des publicités sur mobilier urbain (39%). Les préenseignes ne représentent que 13% des dispositifs et l'affichage municipal, 11%.

La localisation selon le type de dispositif témoigne d'une répartition variée sur les axes structurants du territoire. En revanche, le centre-ville est principalement concerné par des publicités sur mobilier urbain.

Types de dispositifs



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

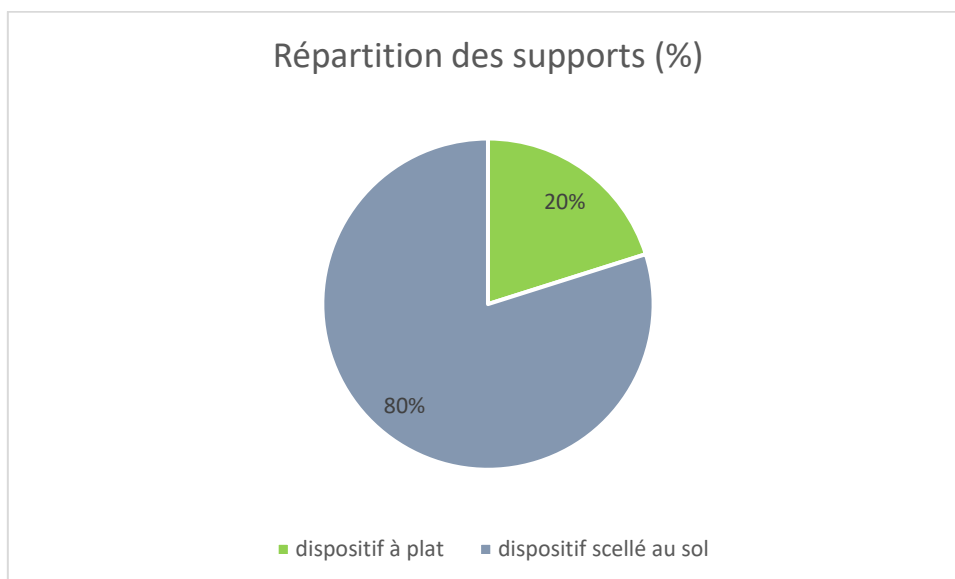
Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

- Commune concernée
- Limites communales

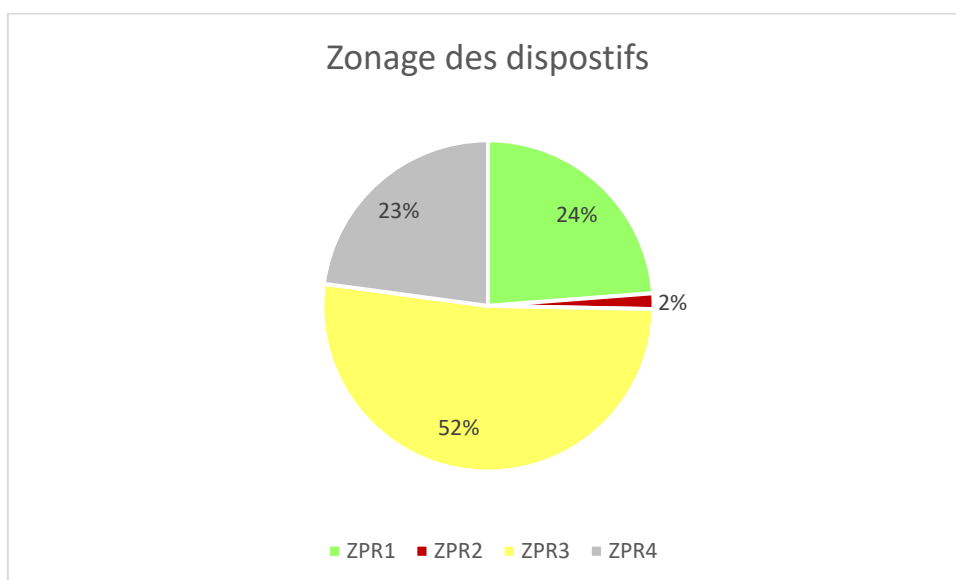
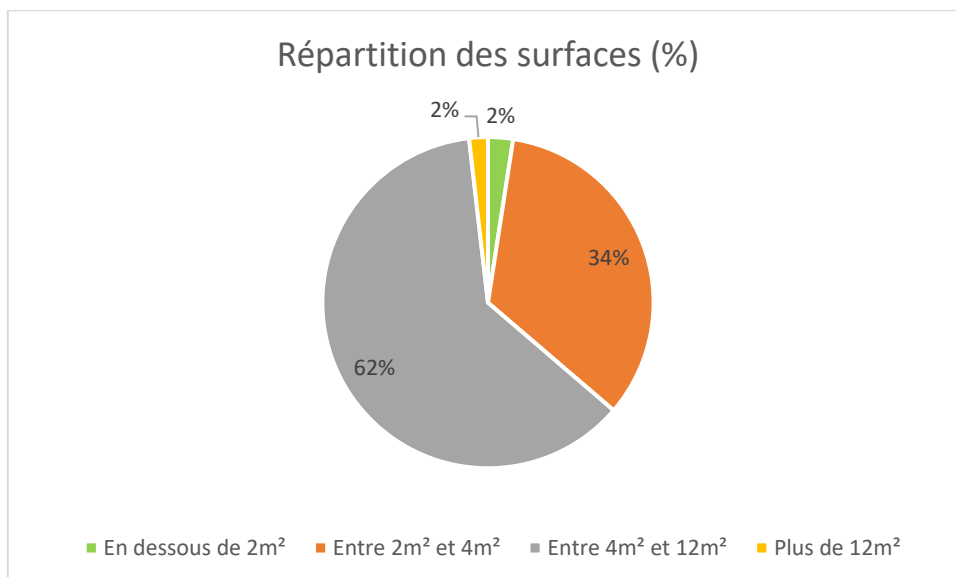
Types de dispositifs recensés :

- Affichage municipal
- Préenseigne(s)
- Publicité sur mobilier urbain
- Publicité(s)

La grande différence entre le nombre de dispositifs muraux (20%) et scellés au sol (80%) est liée à la topographie de Lens. En effet, les dispositifs muraux sont davantage implantés sur les boulevards offrant des bâtiments sur pignon. Les dispositifs scellés au sol sont majoritairement implantés sur les axes d'entrées de ville et boulevards offrant des perspectives plus larges, ce qui est le cas de Lens avec notamment les Route d'Arras, de Béthune et de la Bassée.



Le graphique ci-dessous établit une répartition des dispositifs selon leur surface : ceux inférieurs à 2 m², ceux compris entre 2 m² et 4 m², ceux entre 4 m² et 12 m² et ceux supérieurs à 12 m². Les dispositifs lensois mesurent majoritairement entre 4 m² et 12 m² (62%). Les dispositifs mesurant entre 2 m² et 4 m² représentent la part non négligeable de 34%. Les dispositifs inférieurs à 2 m² et supérieurs à 12 m² sont à part égale avec 2%. En analysant plus finement les surfaces, les dispositifs mesurant plus de 8 m² représentent 49% des 328 dispositifs. Ces grands formats ont un impact plus important sur l'environnement et le cadre de vie que les petits formats de moins de 4 m², qui eux, correspondent à 36,5% des dispositifs.



La répartition des dispositifs selon le zonage du Règlement Local de Publicité se présente comme suit :

- 24% de la publicité extérieure se trouve au sein du centre-ville lensois ;
- 2% se situent autour du rond-point Bollaert ;
- 52% des dispositifs sont localisés le long des axes structurants (ZPR3) ;
- 23% sont au sein des autres secteurs agglomérés de Lens.

Les dispositifs présents ont été analysés également sous l'angle de leur conformité au RNP et RLP. Cette analyse a pour objectif de donner une idée précise sur le nombre de dispositifs en illégalité et d'en connaître leur motif. Etudier ces motifs de conformité permet à la fois de faire ressortir les règles du RLP qui ne sont pas respectées tout en contribuant à donner un cadre pour la future réglementation locale.

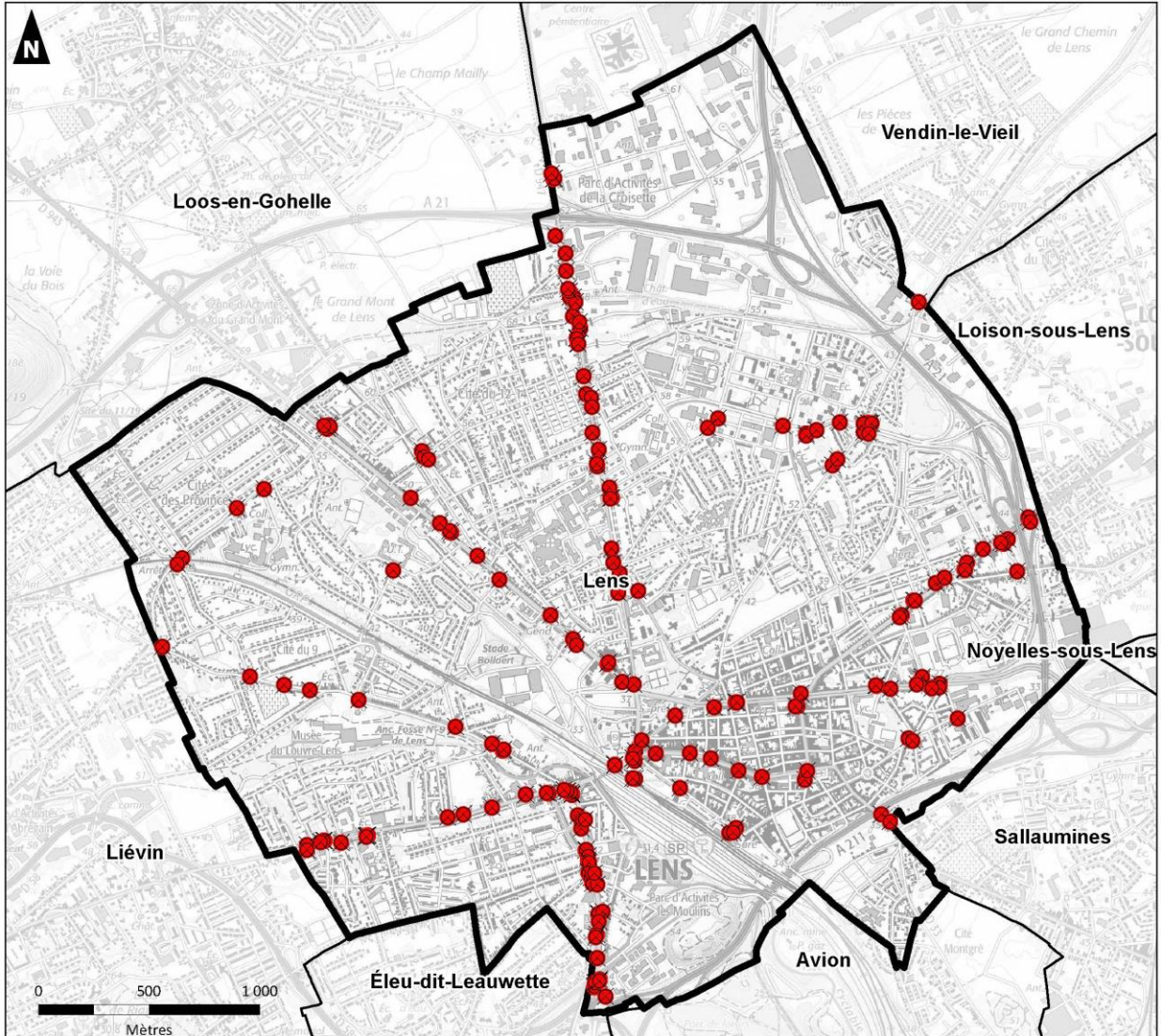
Conformité (%)	OUI AUX RNP ET RLP	OUI AU RNP ET NON AU RLP	NON AU RNP ET OUI AU RLP	NON AUX RNP ET RLP
Ensemble des dispositifs recensés	45%	29%	15%	11%

Tableau 6. Conformité de l'ensemble des dispositifs présents

Sur l'ensemble des 328 dispositifs recensés sur le ban communal, 45% d'entre eux sont conformes aux deux règlements. En revanche, 55% ont donc une illégalité qui porte au moins sur l'un des deux règlements. 40% des dispositifs en infraction le sont par rapport au RLP qui se doit d'être plus restrictif que la réglementation nationale.

Dès lors, il apparaît nécessaire de remettre à plat l'ensemble de la réglementation locale relative à la publicité extérieure afin d'en reposer les bases et permettre de repartir d'une feuille blanche. Aussi, tous les dispositifs qui ne seraient aujourd'hui pas conformes au RNP ou au RLP se doivent d'être questionnés.

Localisation des dispositifs non conformes

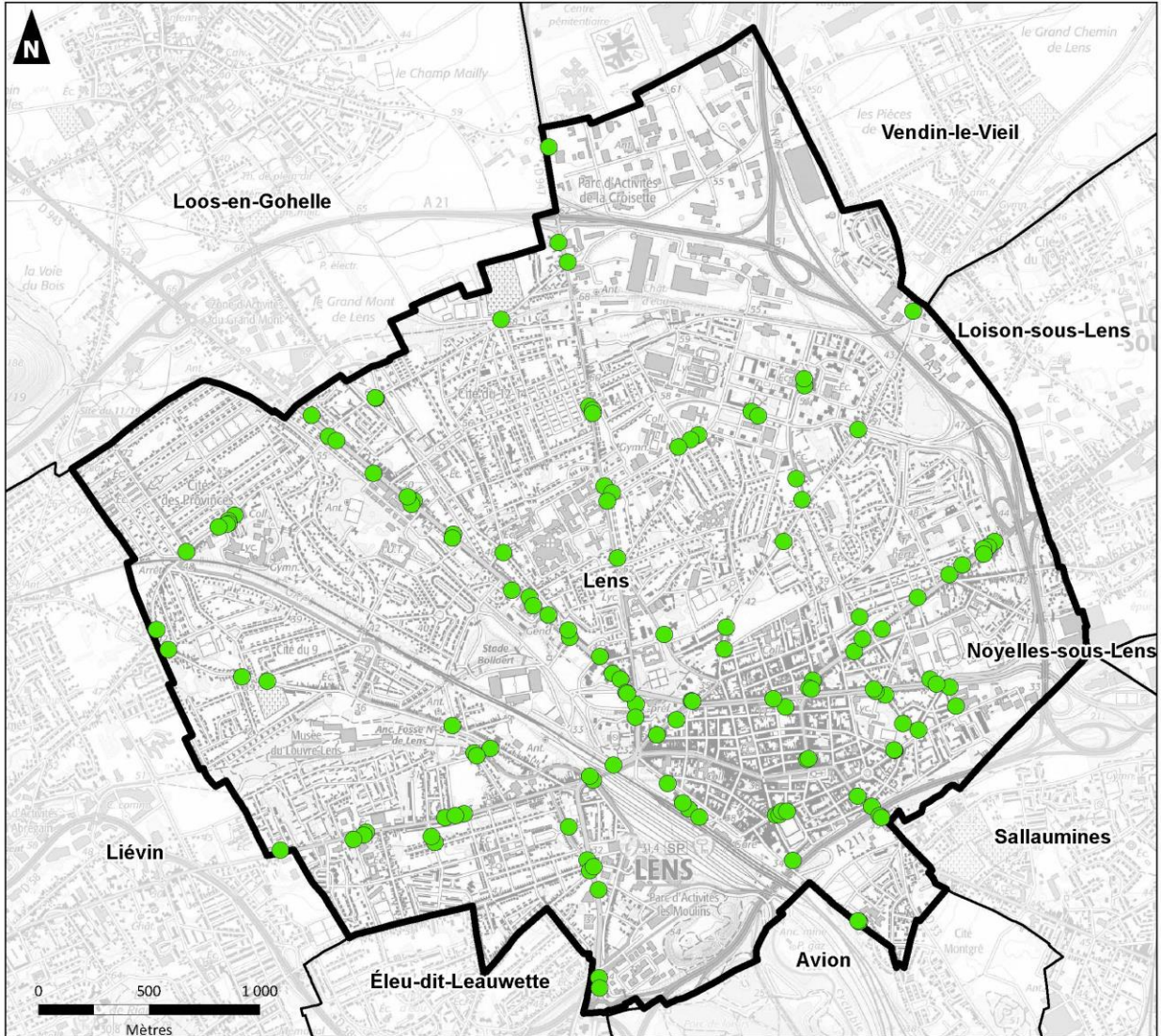


Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

- Commune concernée
- Dispositif non conforme (RLP ou RNP)
- Limites communales

Localisation des dispositifs conformes



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

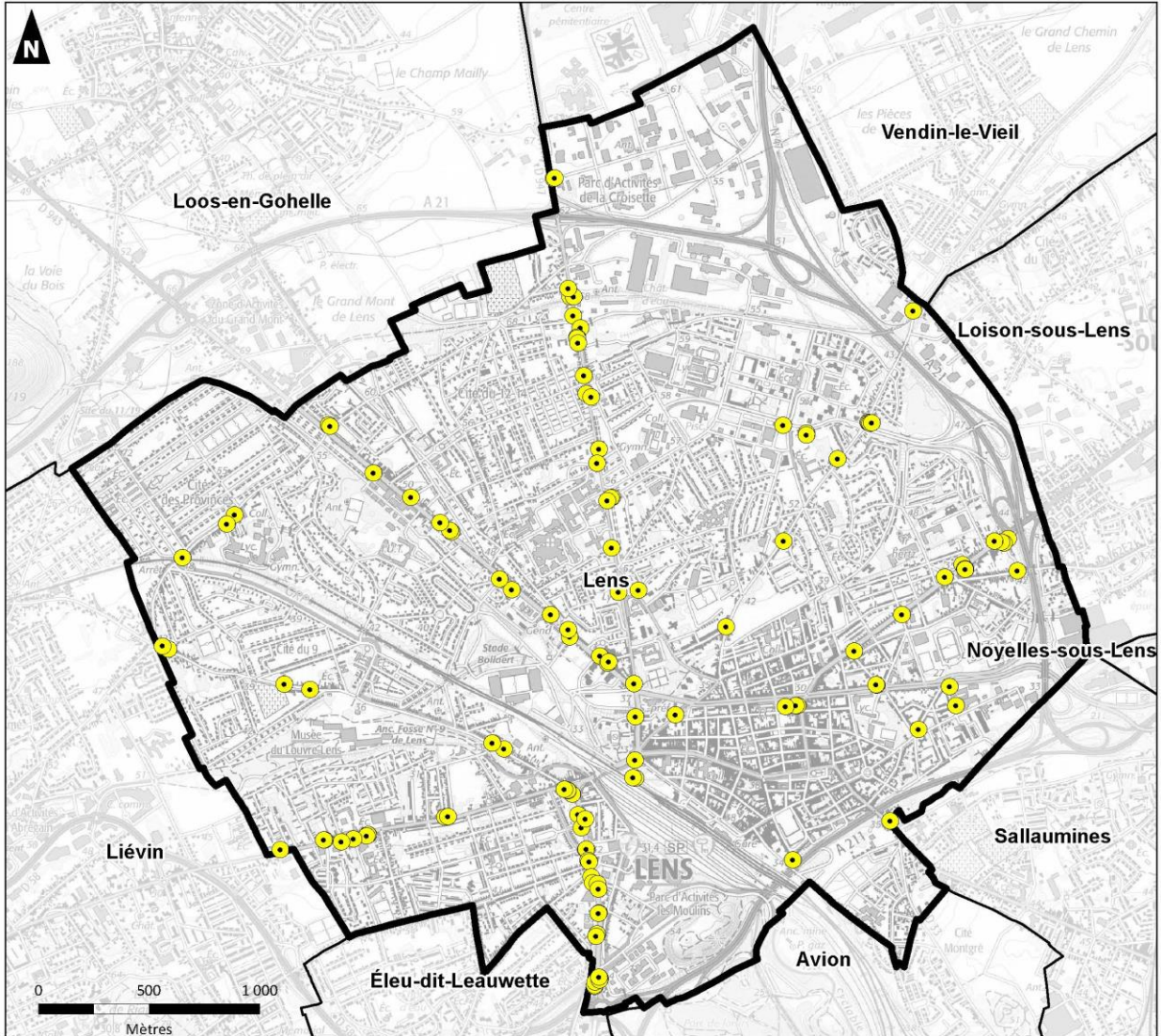
-  Commune concernée
-  Dispositif conforme (RLP et RNP)
-  Limites communales

2.3.2.1 Les publicités

■ Caractéristiques générales

Le territoire lensois compte 120 publicités recensées réparties principalement sur les axes structurants et les entrées de ville. En effet, la carte ci-dessous montre que les dispositifs se localisent pour la majorité le long de la route d'Arras, de l'Avenue Alfred Maes, autour du rond-point Basly et le long de la route de Béthune et de la route de la Bassée. La zone géographique du centre-ville ne comporte que très peu de publicités.

Localisation des publicités

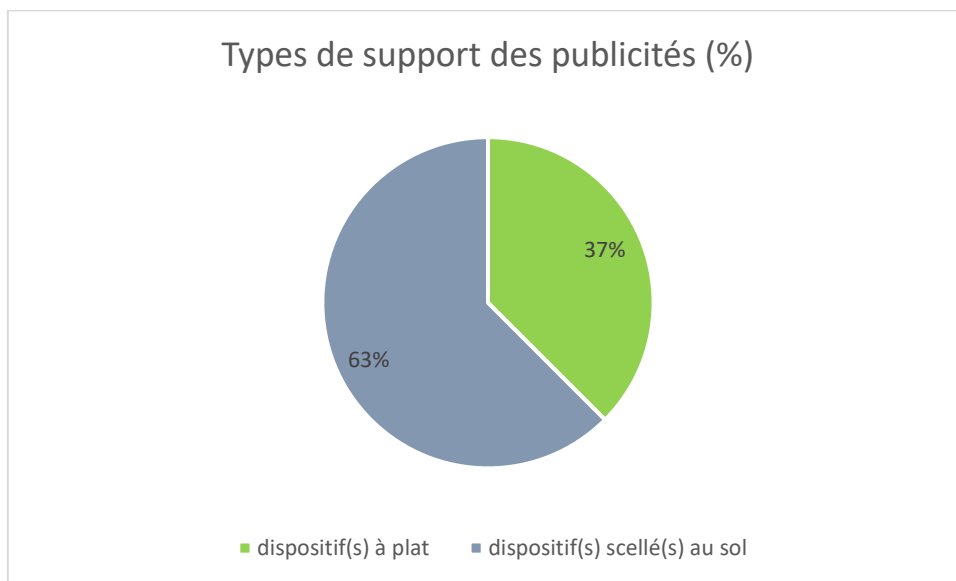


Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

-  Commune concernée
-  Publicité recensée
-  Limites communales

L'analyse fine (ne prenant pas en compte les publicités sur mobilier urbain) montre que la publicité est principalement constituée de dispositifs scellés au sol (plus de six dispositifs sur dix). Seulement 37% des publicités sont constituées de dispositifs à plat sur un mur.

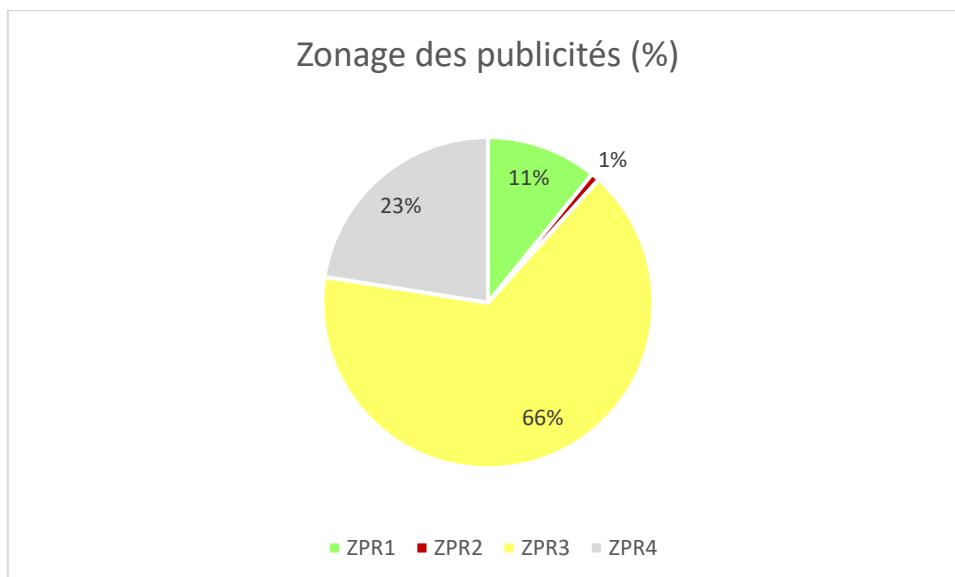


Publicité	< 2 m ²	2 m ² - 4 m ²	4 m ² - 12 m ²	12 m ² <	8 m ² <
120	2,5%	67%	90%	0,8%	84%

Tableau 7. Répartition des publicités selon leur surface

En termes de surface, sur les 120 publicités installées sur le territoire communal, 90% ont une surface comprise entre 4 m² et 12 m². De plus, l'analyse statistique montre que 84% des publicités mesurent plus de 8 m² et sont donc des dispositifs à grand format.

Ce type de dispositif se localise à 66% au sein de la zone ZPR3 du zonage actuel du RLP, ce qui renvoie aux grands axes, 23 % se situent en ZPR4 (autre secteur aggloméré), 11% en ZPR1 (centre-ville) et 1% en ZPR2 (autour du rond-point Bollaert).



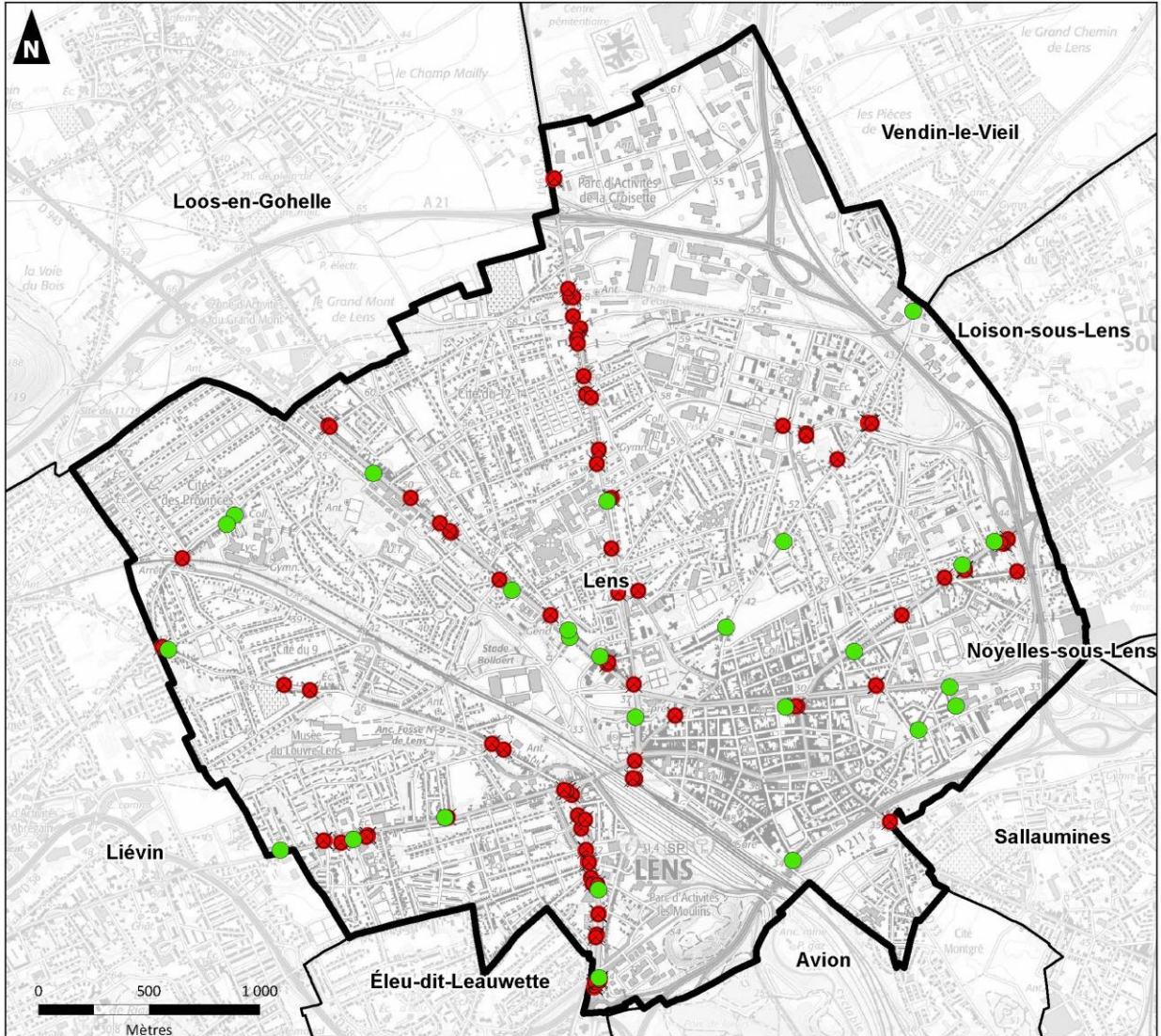
■ Conformité au RNP et RLP

Conformité	OUI RNP RLP	OUI RNP NON RLP	NON RNP OUI RLP	NON RNP RLP	
Publicité	26	66	5	23	120
	22%	55%	4%	19%	100%

Tableau 8. Conformité des publicités à la réglementation nationale et locale

La légalité des dispositifs s’analyse à la fois au regard du RNP mais aussi avec le RLP. Sur les 120 dispositifs implantés à Lens, 22% sont à la fois conformes au RNP et au RLP. Ainsi, 78% des publicités sont non conformes à au moins l’un des deux règlements. De plus, 19% des publicités sont non conformes aux deux règlements. Les publicités semblent davantage être moins conformes à la réglementation locale, que nationale. Le tableau ci-dessus illustre que 55% des dispositifs de publicité ne sont pas conformes au RLP mais conformes au RNP. L’illégalité des dispositifs porte en partie sur ceux implantés le long de la Route de la Bassée et de la Route d’Arras, notamment au regard de la densité d’implantation des dispositifs.

Conformité des publicités



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

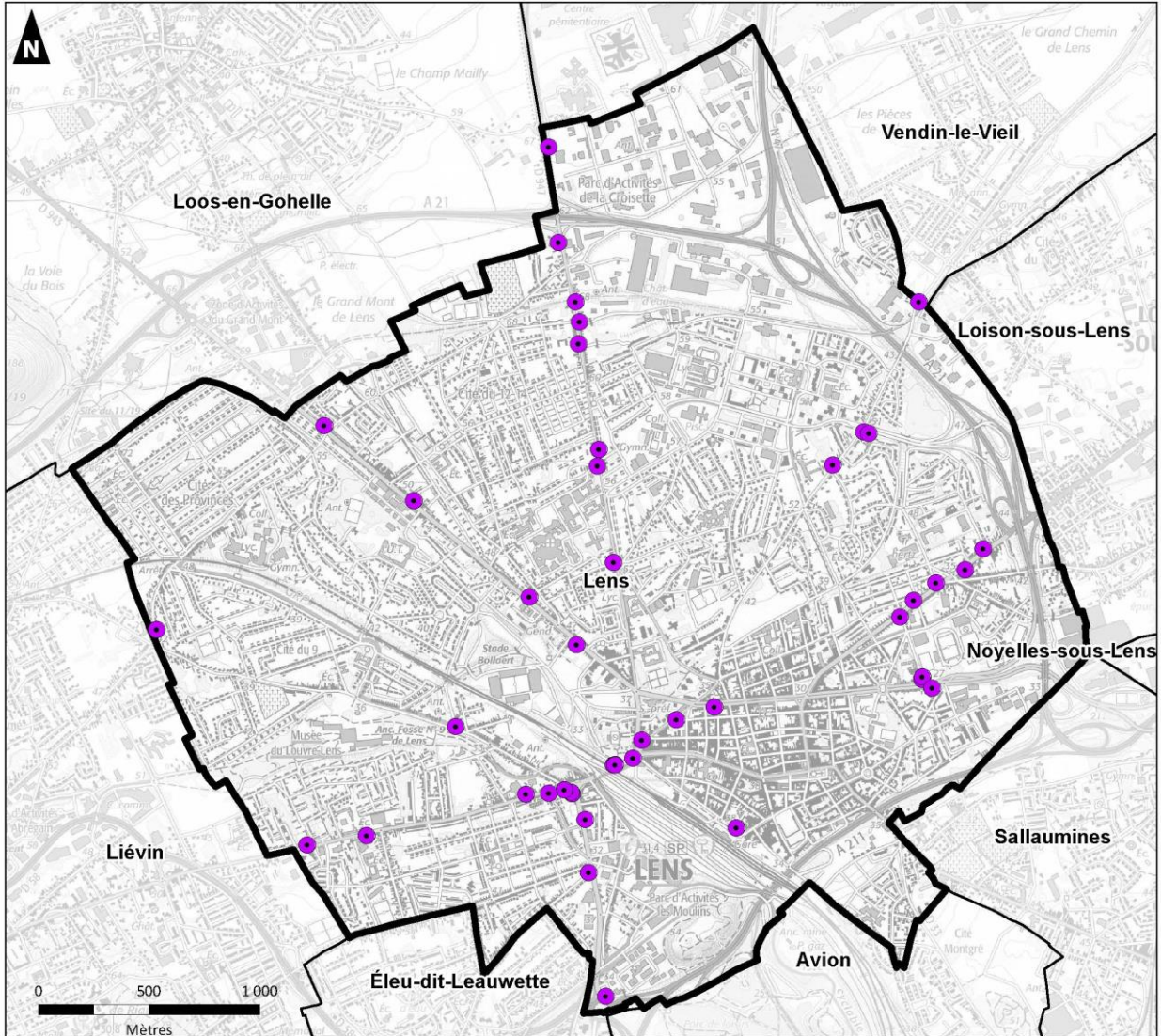
- Commune concernée
- Limites communales
- Publicité conforme (RLP et RNP)
- Publicité non conforme (RLP ou RNP)

2.3.2.2 Les préenseignes

■ Caractéristiques générales

Les préenseignes ont été recensées au nombre de 44 sur le territoire. Elles sont localisées en frange Ouest du centre-ville ainsi que sur certains axes structurants du territoire tels que l’Avenue Alfred Maës, la route de la Bassée, la Route de Lille et l’Avenue Raoul Briquet.

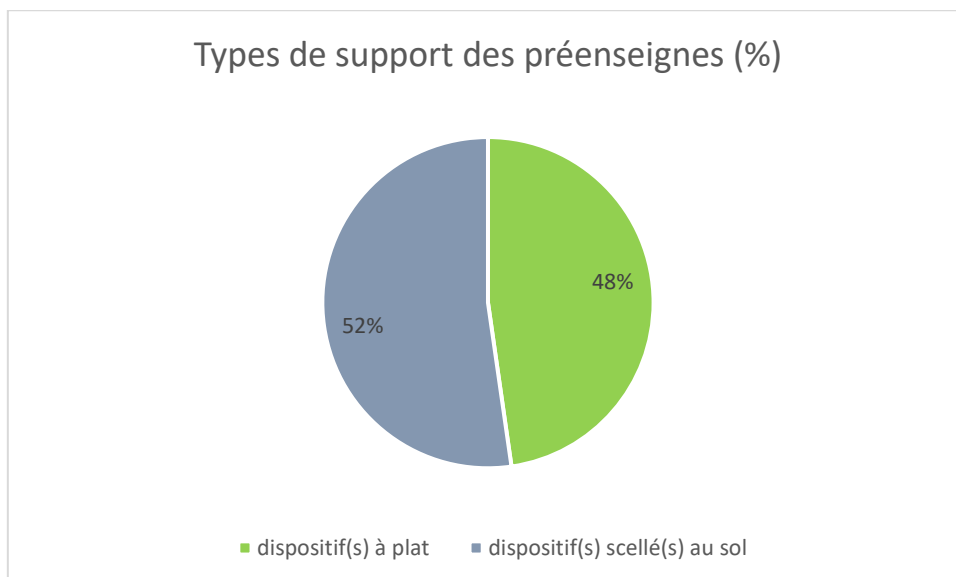
Localisation des préenseignes



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

-  Commune concernée
-  Préenseigne recensée
-  Limites communales

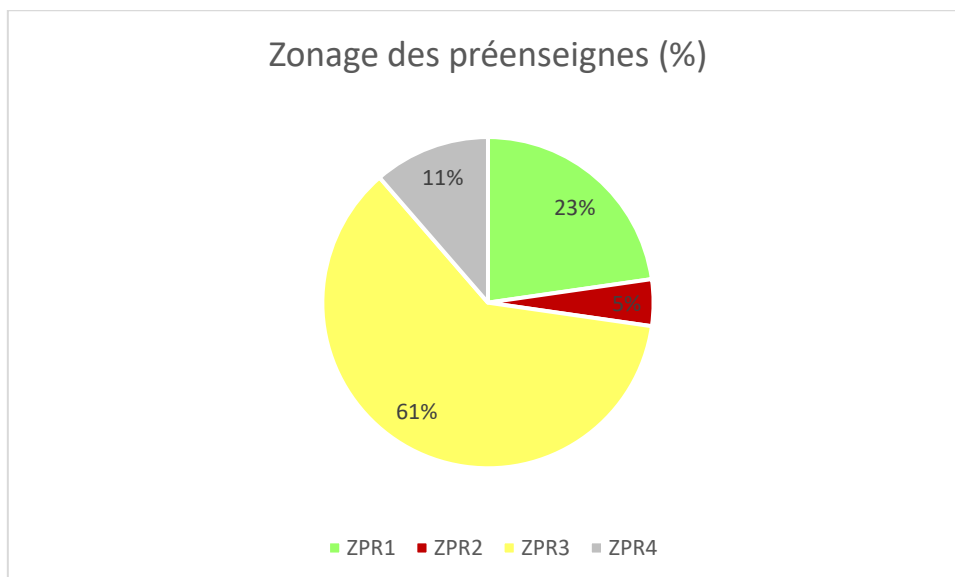


L'analyse segmente le type de supports des préenseignes avec une répartition plus équilibrée que pour les publicités. En effet, 52% des dispositifs sont scellés au sol et 48% sont à plat sur un mur.

Préenseignes	< 2 m ²	2 m ² - 4 m ²	4 m ² - 12 m ²	12 m ² <	8 m ² <
44	11%	10%	68%	11%	56%

Tableau 9. Répartition des préenseignes selon leur surface

Concernant la surface des préenseignes, sur les 44 dispositifs recensés, 68% mesurent entre 4 m² et 12 m² et 56% ont une surface de plus de 8 m². Les petits formats sont peu présents puisque seulement 21% des préenseignes ont une surface inférieure à 4 m². Ces dispositifs au grand format ont une incidence directe sur le cadre de vie et apporte davantage de pollution visuelle que les dispositifs aux petits formats.



Dans la même logique que les publicités, la ZPR3 (les grands axes du territoire) est la zone où s'implantent le plus les préenseignes. La zone du centre-ville accueille 23% des dispositifs, 5% sont autour du rond-point Bollaert et 11% sont dans les autres secteurs agglomérés.

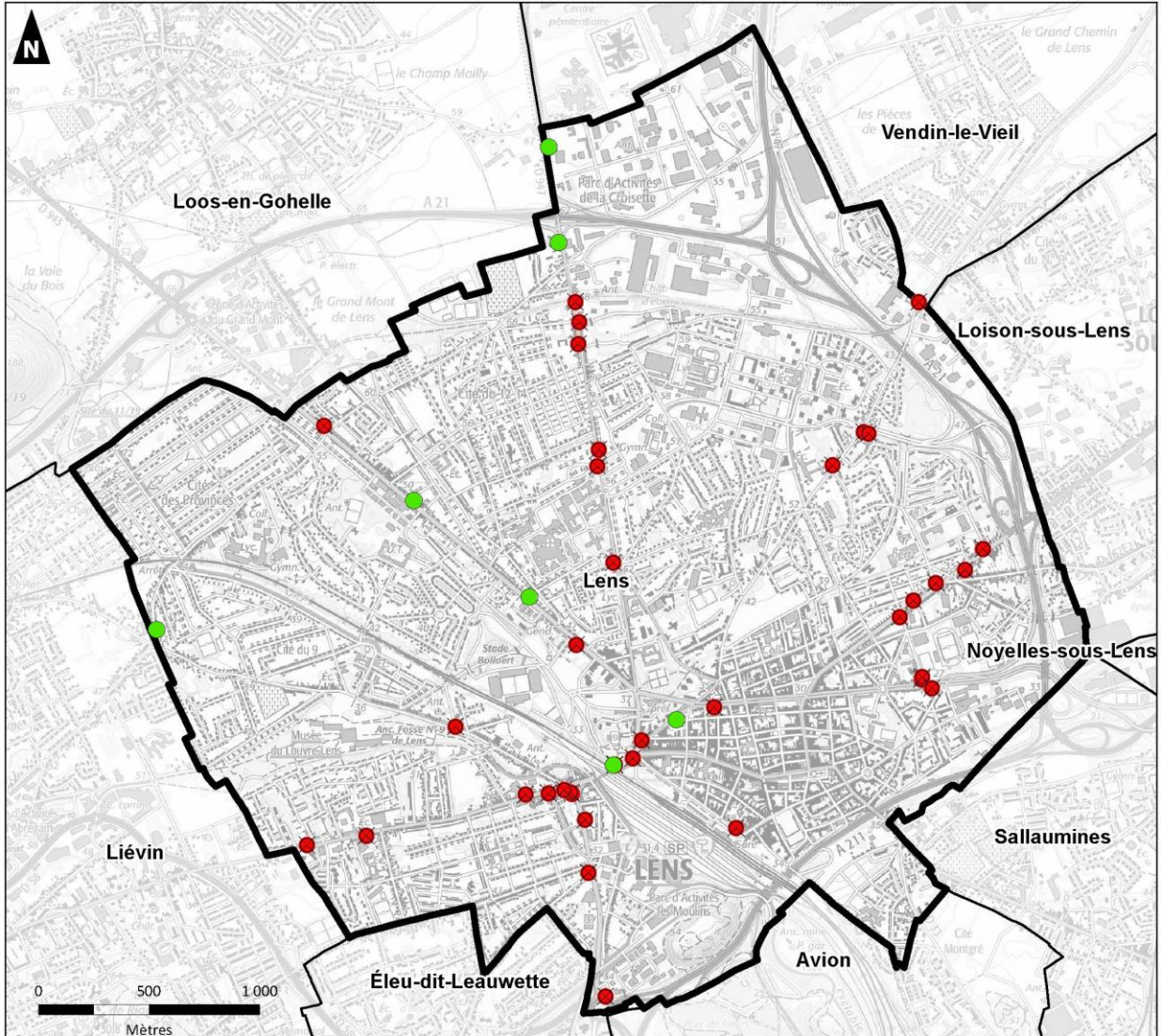
■ Conformité au RNP et RLP

Conformité	OUI RNP RLP	OUI RNP NON RLP	NON RNP OUI RLP	NON RNP RLP	
Préenseigne(s)	7	23	4	10	44
	15%	52%	10%	23%	100%

Tableau 10. Conformité des préenseignes à la réglementation nationale et locale

Le taux de conformité des préenseignes aux deux règlements est moins élevé que pour les publicités puisque seulement 15% des dispositifs sont conformes aux deux règlements. Ainsi, 85% des préenseignes sont non conformes à au moins l'un des deux règlements. Par ailleurs, 23% des préenseignes sont non conformes aux deux règlements. Dans le même constat que pour les publicités, les préenseignes sont moins conformes à la règle locale que nationale. En effet, seulement 10% des préenseignes sont non conformes au RNP mais conforme au RLP contre 52% pour l'inverse.

Conformité des préenseignes



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

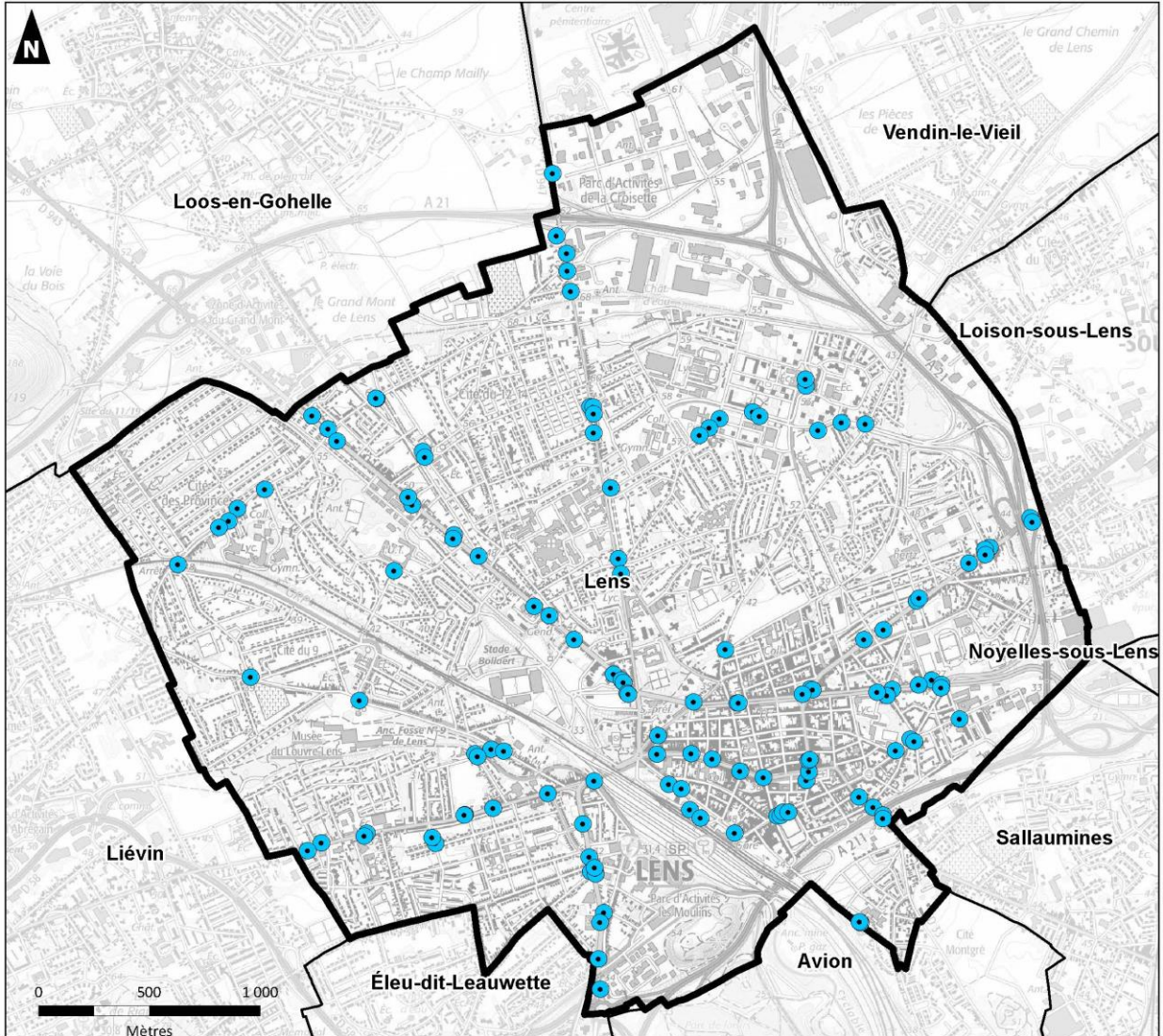
- Commune concernée
- Limites communales
- Préenseigne conforme (RLP et RNP)
- Préenseigne non conforme (RLP ou RNP)

2.3.2.3 Les publicités sur mobilier urbain

■ Caractéristiques générales

Les publicités sur mobilier urbain sont le type de dispositif le plus récurrent sur le territoire avec de 127 dispositifs. A la différence des publicités et préenseignes, une grande partie des publicités sur mobilier urbain sont implantées en centre-ville de Lens, l'autre partie se situant notamment sur les axe structurants du territoire à l'instar des publicités et préenseignes.

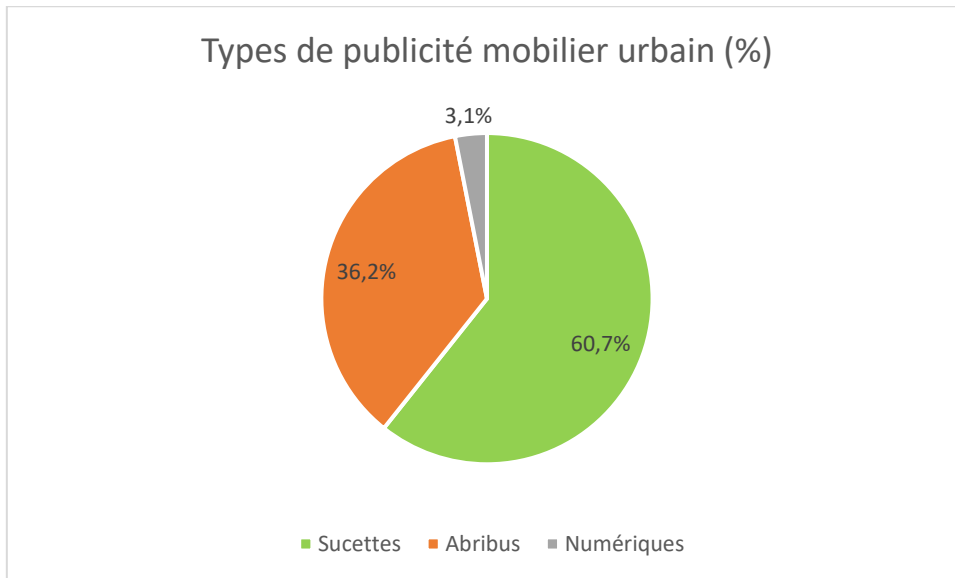
Localisation du mobilier urbain



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

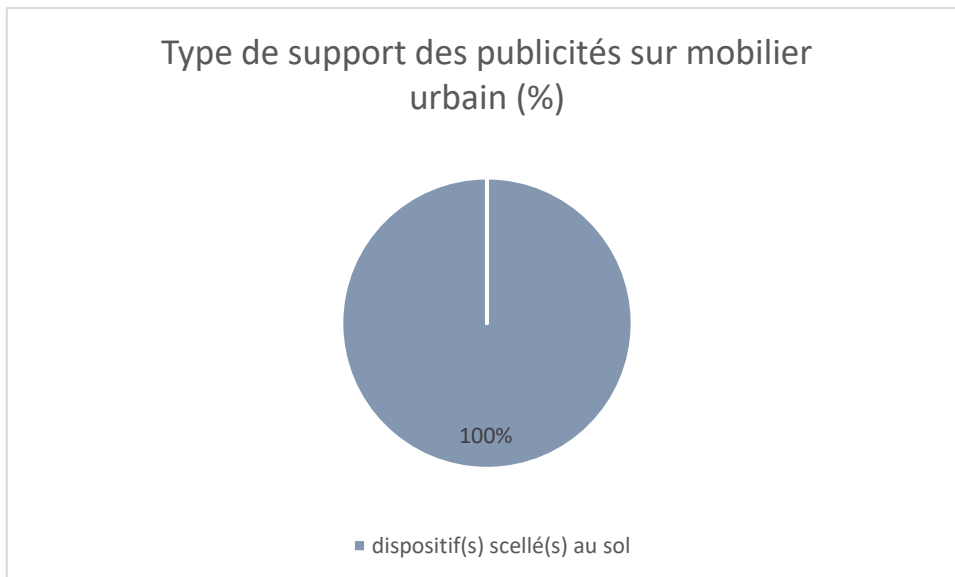
Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

-  Commune concernée
-  Mobilier urbain recensé
-  Limites communales



Sur le ban communal, différents types de mobilier urbain sont à recenser. La grande majorité de ces dispositifs sont des publicités sur mobilier urbain pour l'information, plus communément appelés « sucettes ». Ce modèle est présent dans 60,7% des cas. 36,2% correspond aux publicités présentes sur les atribus du territoire. Pour finir, il existe 4 dispositifs de mobiliers urbains numériques, situés sur les entrées de ville de Lens (Route d'Arras, Route de Lille, Avenue Alfred Maës et Avenue Raoul Briquet).

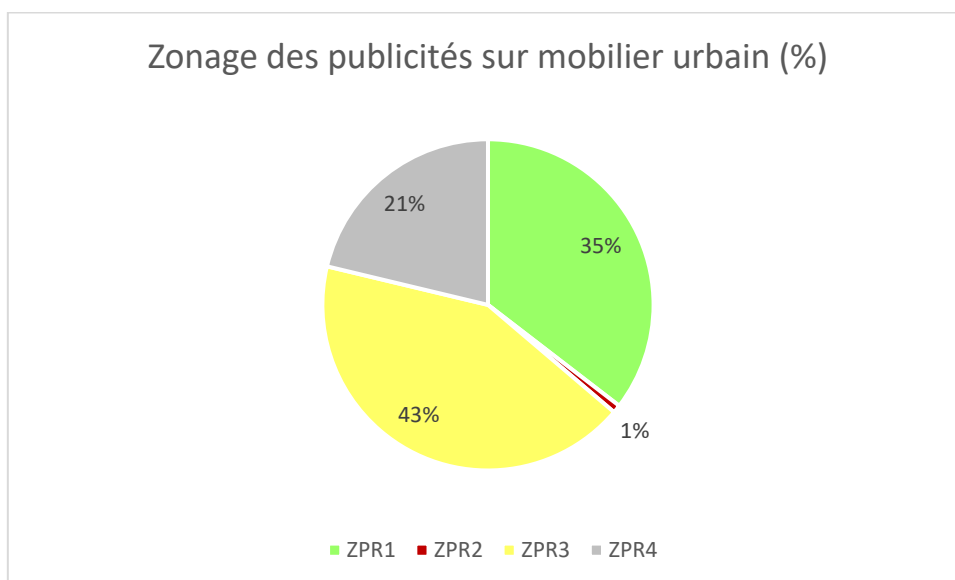
A Lens, la totalité du mobilier urbain installé est un mobilier urbain scellé au sol.



Publicités sur mobilier urbain	< 2 m ²	2 m ² - 4 m ²	4 m ² - 12 m ²	12 m ² <	8 m ² <
127	0%	79%	21%	0%	21%

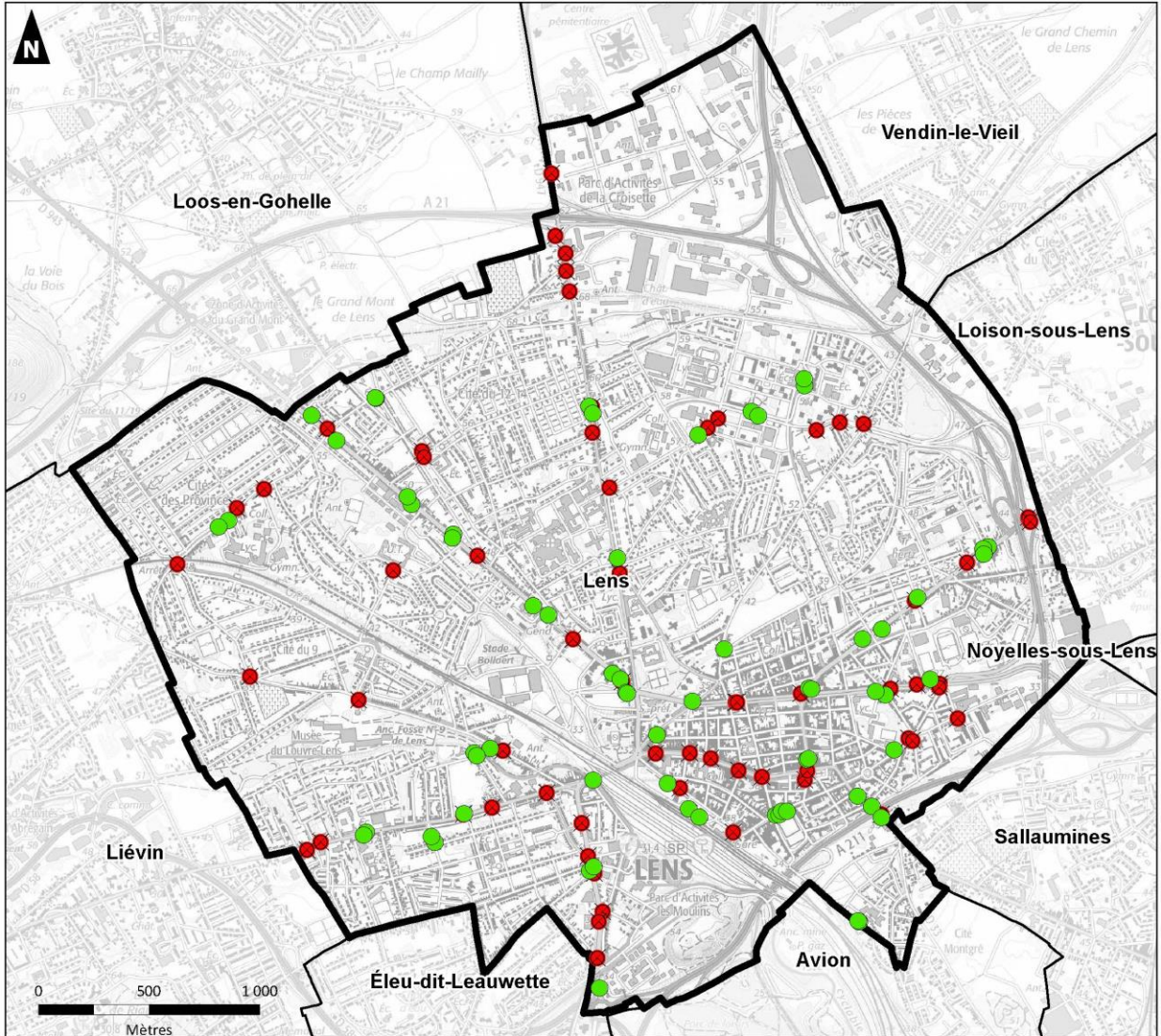
Tableau 11. Répartition des publicités selon leur surface

Il est à noter que 79% des publicités sur mobilier urbain mesurent entre 2 m² et 4 m² : ce chiffre renvoie aux publicités sur abribus et sucettes qui sont très présentes sur le territoire et sont strictement réglementées par le code de l'environnement. Les pourcentages restant évoquent les publicités sur mobilier urbain scellées au sol qui mesurent 8 m².



Tout comme les dispositifs vus précédemment, une partie des dispositifs de publicité sur mobilier urbain est localisée sur les grands axes (ZPR3). Toutefois, une partie plus conséquente que pour les autres dispositifs se trouve en centre-ville (ZPR1).

Conformité du mobilier urbain



Sources : IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, janvier 2023

- Commune concernée
- Limites communales
- Mobilier urbain conforme (RLP et RNP)
- Mobilier urbain non conforme (RLP ou RNP)

2.3.2.4 Les infractions des publicités et préenseignes

Les statistiques qui suivent prennent en compte à la fois les publicités et les préenseignes. Ces deux types de dispositifs suivent la même réglementation. Ainsi, pour faciliter la lecture, les publicités et préenseignes sont analysées ensemble.

Aussi, 81,5% des publicités et préenseignes sont non conformes à au moins l'un des deux règlements.

Il est à noter que des dispositifs peuvent comptabiliser plusieurs motifs de non-conformités et cela pour les deux règlements cumulés.

Le motif entraînant l'illégalité des dispositifs le plus récurrent porte sur la densité. Le RLP actuel dispose que les dispositifs scellés au sol en ZPR3 doivent être espacés tous les 100 mètres sur chacun des côtés de la rue. Toutefois, 71 dispositifs sont non conformes à cette règle, ce qui représente 46% des publicités et préenseignes.

Sur l'ensemble des dispositifs non conformes, 54% d'entre eux sont illégaux au regard du motif de densité.

Cependant, la densité n'est pas le seul motif d'infraction à la réglementation. Voici les principales infractions relevées par rapport au RNP puis au RLP.

■ Principales infractions à la réglementation nationale

• La publicité murale dépassant le mur qui la supporte

Article R.581-27 du code de l'environnement : « La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout de toit. »



Exemples de publicité dépassant le mur qui la supporte

• La publicité murale dépassant l'égout du toit

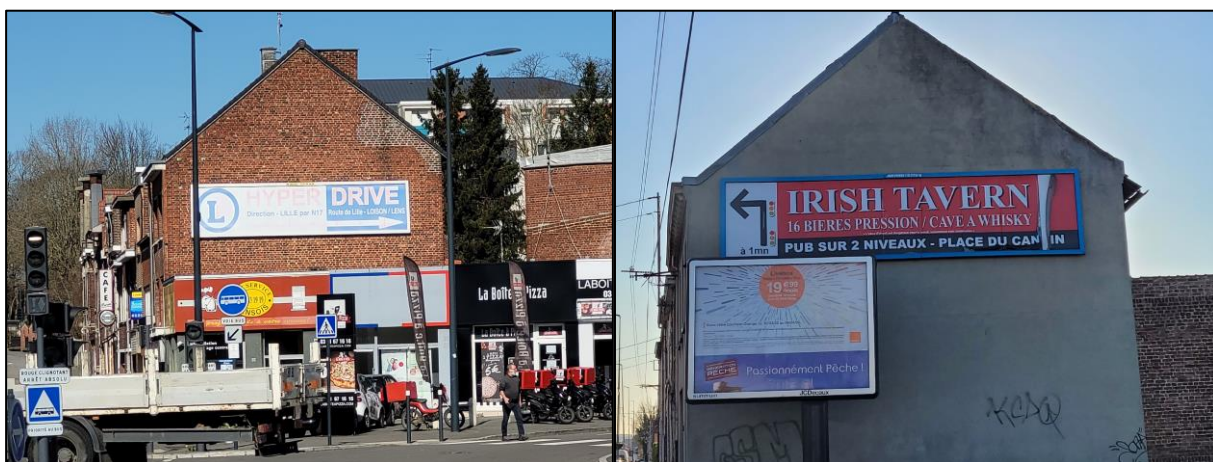
Article R.581-27 du code de l'environnement : « La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. »



Exemples de publicité dépassant l'égout du toit

- **Dispositif d'une surface supérieure à 12m²**

Article R.581-32 du code de l'environnement : « Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés. »



Exemples de dispositif ayant une surface supérieure à 12m²

- **Publicité scellée au sol d'une hauteur supérieure à 6m**

Article R.581-32 du code de l'environnement : « Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés. »



Exemples de publicité scellée au sol mesurant plus de 6m de hauteur (ensemble du dispositif, cadre compris)

- **Dispositif au voisinage d'un Monument Historique**

Article L.581-8 du code de l'environnement : « A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- 1°) aux abords des Monuments Historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine,
- 5°) à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 (du code de l'environnement). ».



Exemples de dispositif au voisinage d'un Monument Historique

Ici la notion de champ de visibilité s'entend également via la notion de champ de co-visibilité. Cette notion de co-visibilité est réservée aux Monuments Historiques. Elle renvoie à deux éléments (l'objet et le monument) mis en relation par un même regard. C'est-à-dire que les deux éléments peuvent être visibles par un même regard (exemple des deux photos ci-dessus) en même temps.

■ Principales infractions à la réglementation locale

• La publicité murale à moins de 0,25m de l'arête du mur

Article 10 RLP de Lens : « *Seuls les dispositifs installés sur les murs pignon aveugles et à 0,25m de toute arête du mur sont admis.* ».



Exemples de publicité murale à moins de 0,25m de l'arête du mur

• Plusieurs publicités sur un même mur ou unité foncière

Article 10 RLP de Lens : « *un seul dispositif est admis par unité foncière* » et « *un seul dispositif est admis par mur pignon.* ».



Exemples de plusieurs publicités sur une même unité foncière

• Dispositifs à la surface inférieure à 4m² ou supérieure à 12m² (hors encadrement)

Article 10 RLP de Lens : « *La surface du dispositif hors cadre doit être comprise entre 4m² et 12m².* ».



Exemples de dispositif à la surface inférieure à 4m² ou supérieure à 12m²

- **La publicité interdite sur bâche hors ZPE**

Article 15 RLP de Lens : « L'installation de bâches publicitaires est interdite dans les ZPR1, 2, 3 et 4 et autorisée dans la ZPE quelles que soient leurs dimensions. ».



Exemple de bâche publicitaire interdite hors ZPE

- **La publicité scellée au sol en surnombre en ZPR3**

Article 11 RLP de Lens : « Un seul dispositif scellé au sol ou installé au directement sur le sol est autorisé par tronçon de rue de 100 de longueur. Cette règle s'applique distinctement à chacun des côtés de la rue. ».



Exemples de dispositifs en surnombre

2.3.2.5 Les enseignes

■ Caractéristiques générales

Pour rappel, les enseignes n'ont pas fait l'objet d'un recensement exhaustif. Toutefois, le travail de terrain a permis de relever les grandes typologies d'enseignes présentes sur la commune et d'analyser certaines non-conformités à la réglementation nationale et/ou locale. Les enseignes localisées à Lens se regroupent selon six typologies :

- Les enseignes en bandeau ;
- Les enseignes sur clôture ;
- Les enseignes scellées au sol ;
- Les enseignes totem ;
- Les enseignes sur toiture ;
- Les enseignes en drapeau.



Exemple d'enseigne en totem (scellée au sol)



Exemple d'enseigne sur clôture



Exemple d'enseigne en drapeau



Exemple d'enseigne en bandeau



Exemple d'enseigne sur toiture



Exemple d'enseigne posée directement au sol

■ Principales infractions à la réglementation nationale

• Enseignes en bandeau dépassant la limite du mur

Article R.581-60 du code de l'environnement : « Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. »



Exemples d'enseigne en bandeau dépassant la limite du toit

• Enseignes en bandeau dépassant les pourcentages autorisés

Article R.581-63 du code de l'environnement : « Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés. »



Exemples d'enseigne en bandeau dépassant les pourcentages autorisés

- Enseignes dépassant l'égout du toit

Article R.581-60 du code de l'environnement : « Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. »



Exemples d'enseigne dépassant l'égout du toit

- Enseignes scellées ou installées directement au sol en surnombre

Article R.581-64 du code de l'environnement : « Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont 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. »



Exemples d'enseignes scellées ou installées directement au sol en surnombre

- Enseignes pour une activité aujourd'hui terminée

Article R.581-58 du code de l'environnement : « Elle est supprimée 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. »



Exemples d'enseigne d'une activité terminée

■ Principales infractions à la réglementation locale

● Les enseignes en bandeau aux lettres non découpées

Article 18 du RLP de Lens : « Les inscriptions, formes ou images doivent être constituées de signes découpées d'une hauteur maximal de 40 centimètres, ne pas dépasser 6 mètres de longueur et figurer sur une seule ligne. ».



Exemples d'enseigne en bandeau aux lettres non découpées

● Les enseignes en bandeau d'une hauteur supérieure à 40cm

Article 18 du RLP de Lens : « Les inscriptions, formes ou images doivent être constituées de signes découpées d'une hauteur maximal de 40 centimètres, ne pas dépasser 6 mètres de longueur et figurer sur une seule ligne. ».



Exemples d'enseigne en bandeau d'une hauteur supérieure à 40cm

- Les enseignes en bandeau figurant sur plusieurs lignes

Article 18 du RLP de Lens : « Les inscriptions, formes ou images doivent être constituées de signes découpées d'une hauteur maximal de 40 centimètres, ne pas dépasser 6 mètres de longueur et figurer sur une seule ligne. ».



Exemples d'enseigne en bandeau sur plusieurs lignes

- Les enseignes en bandeau dépassant les limites du mur

Article 18 du RLP de Lens : « Les enseignes ne doivent pas dépasser l'appui des fenêtres du premier étage, ni les limites du mur. ».



Exemples en bandeau dépassant les limites du mur

- **Les enseignes en drapeau en surnombre**

Article 19 du RLP de Lens : « Une seule enseigne drapeau est admise par établissement. ».



Exemples d'enseigne en drapeau en surnombre

- **Les enseignes en drapeau installées au-dessus du rez-de-chaussée**

Article 19 du RLP de Lens : « Les enseignes drapeaux doivent être installées dans l'emprise du rez-de-chaussée. ».



Exemples d'enseigne en drapeau installée au-dessus du rez-de-chaussée

- **Les enseignes en drapeau dépassant la surface autorisée**

Article 19 du RLP de Lens : « Elles doivent présenter une surface maximale de 60 centimètres sur 60 centimètres et être installées. ».



Exemples d'enseigne en drapeau dépassant la surface autorisée

- **Les enseignes scellée au sol en surnombre**

Article 22 du RLP de Lens : « L'implantation de drapeaux sur mâts ou fanions n'est autorisée que sur les parcelles présentant un linéaire de façade de 20 mètres minimum. Trois drapeaux ou fanions sont autorisées avec un espacement de 5 mètres par drapeau. ».



Exemples d'enseignes scellées au sol en surnombre

- Les enseignes en toiture interdites

Article 18 du RLP de Lens : « Les enseignes posées ou fixées sur les toitures sont interdites. ».



Exemples d'enseignes en toiture

2.3.3 Les secteurs à enjeux sur le territoire

A la lumière de ce diagnostic, cinq secteurs apparaissent comme présentant des particularités qu'il convient de relever. Ces secteurs sont identifiés pour une prise en compte de leurs spécificités dans le futur document. dans le cadre réglementaire autour de la publicité extérieure.

2.3.3.1 Les axes structurants et entrées de ville

Les entrées de ville déterminent en partie la qualité d'un lieu et jouent un effet vitrine sur l'attractivité et l'image du territoire. Elles ont donc un réel impact sur le cadre de vie, l'activité économique, commerciale et touristique. Les axes structurants jouent également un rôle important dans la structuration des villes et appellent à une attention particulière sur la qualité et la préservation des paysages, du patrimoine et du cadre de vie.

Les axes structurants et entrées de ville sont très fréquentés et sont, de ce fait, des espaces d'exposition privilégiés pour la mise en place de publicités, préenseignes et enseignes. Ces espaces sont exposés à une pression d'affichage publicitaire accrue.

Enjeux associés à ce secteur :

- Encadrer la densité des dispositifs de publicité et préenseigne scellés au sol ;
- Limiter les dispositifs scellés au sol de grande taille.

2.3.3.2 Le centre-ville

Le rayonnement et l'attractivité du centre-ville de Lens sont portés par la présence d'un tissu commercial et d'activités économiques riches et variés ainsi que par la qualité patrimoniale et architecturale des immeubles du centre-ville. Dans ce secteur, se concentrent des commerces, services et équipements, générateurs de déplacement. De plus, la qualité patrimoniale du centre-ville fait l'objet d'une reconnaissance réglementaire au niveau du PLU avec des séquences d'immeubles et des immeubles repérés au titre de l'article L.151-19 du code de l'urbanisme, permettant de mettre en valeur le patrimoine du centre-ville.

Le rayonnement et l'attractivité du centre-ville génèrent des concentrations de flux en son sein. Ce secteur apparaît donc privilégié pour l'affichage publicitaire. Toutefois, il nécessite un encadrement particulier afin de préserver la lisibilité de sa structure urbaine, de participer à l'amélioration de du cadre de vie et de mettre en valeur la richesse patrimoniale de ce secteur.

Enjeux associés à ce secteur :

- Limiter les dispositifs de publicité et préenseigne de grande taille ;
- Remettre à plat les dispositions du RLP sur les enseignes, afin de les faire correspondre aux enjeux patrimoniaux mais également économiques.

2.3.3.3 Les zones d'activités économiques

La compétence des zones d'activités industrielles et commerciales est gérée par la Communauté d'Agglomération Lens-Liévin. Les zones d'activités économiques implantées en marge du secteur aggloméré

recensent de nombreuses publicités, préenseignes et enseignes. Ces dispositifs ont un réel impact visuel sur la qualité des zones d'activités et sur la lisibilité des activités présentes. Une étroite collaboration devra être menée entre la commune de Lens et la CALL pour adapter la publicité extérieure à ce type de secteur. Dans ces zones, les publicités et les préenseignes sont généralement concentrées aux abords des zones, notamment à leurs entrées afin d'informer les utilisateurs de ces zones de l'emplacement des différentes entreprises qui les composent. De plus, la réglementation locale actuelle n'est pas adaptée pour les enseignes.

Enjeux associés à ce secteur :

- Développer les Relais d'Information Service aux abords des entrées de zone ;
- Développer un zonage particulier pour ces secteurs, afin d'y appliquer une réglementation en adéquation avec les activités qui s'y exercent.

2.3.3.4 Le stade Bollaert-Delelis

Ce secteur marque l'identité sportive du territoire avec la présence du stade Bollaert-Delelis, élément qui structure le paysage urbain. Ce secteur attractif est important pour tout annonceur puisqu'il y brasse un nombre de personnes très important, notamment les jours de match.

Enjeux associés à ce secteur :

- Réfléchir à adapter la publicité et les préenseignes à ce secteur très particulier de la commune, situé en plein cœur de celle-ci.

2.3.3.5 Autres zones agglomérées

Ces secteurs à dominante d'habitat englobent le reste du territoire de Lens. Ces quartiers à vocation résidentielle mixte sont ponctués par la présence plus ou moins diffuse de commerces, services, équipements et d'activités économiques. Il convient de préserver les autres secteurs agglomérés et d'améliorer leur qualité visuelle pour préserver le cadre de vie des habitants, d'autant plus que nombre de ces quartiers se composent de cités minières pour la plupart repérées au titre de l'UNESCO.

Enjeux associés à ce secteur :

- Réfléchir à la nécessité de maintenir des dispositifs publicitaires de grande taille dans ces secteurs.

2.3.4 Les enjeux relevés

L'analyse des secteurs à enjeux a permis de faire ressortir différents enjeux selon les publicités/ préenseignes et les enseignes. Ces éléments orientent l'approche de la définition des objectifs et des orientations ainsi que celle pour la future réglementation.

2.3.4.1 Enjeux relatifs à la publicité et aux préenseignes

- Participer à la mise en valeur des enjeux patrimoniaux (Monuments Historiques, UNESCO, façades repérées en centre-ville par le PLU) ;
- Limiter la densité des publicités scellées au sol en entrée de ville et le long des axes structurants ;
- Réfléchir à une zone spécifique sur le stade Bollaert-Delelis, en lien avec son activité ;
- Limiter le format (4X3) et la densité des publicités ;
- Réfléchir à une réglementation pour le mobilier urbain (pas de règle dans le RLP actuel sur ce sujet), en lien avec ce qu'autorise le code de l'environnement ;
- Questionner la nécessité de la publicité en centre-ville autre que sur un mobilier urbain ;
- Intégrer la notion de sobriété énergétique pour les dispositifs de publicité (heures d'extinction, interdiction des dispositifs dynamiques, efficacité lumineuse).

2.3.4.2 Les enjeux relatifs aux enseignes

- Améliorer « l'ambiance d'achat » dans le centre-ville :
 - o Adapter les enseignes aux façades commerciales ;
 - o Répondre aux nouveaux enjeux en matière d'enseigne soulevés par les commerçants ;
 - o Suppression des enseignes obsolètes ;
 - o Protection des enseignes patrimoniales ;
- Assoupli les contraintes en zone d'activité industrielle : RNP suffisant ?
- Proposer des règles différentes en fonction des quartiers :
 - o Le centre-ville (nombre d'enseignes en drapeau, nombre d'enseigne à plat, surface des enseignes, taille de l'enseigne en bandeau, nombre de ligne et taille des caractères, etc.) ;
 - o Les zones d'activité (taille de l'enseigne scellée au sol, création de Relais d'information Service, enseignes en toiture, taille de l'enseigne en bandeau, etc) ;
 - o Les autres quartiers.

CHAPITRE 3. OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

3.1 Les objectifs

3.1.1 Les objectifs prescrits lors de la délibération de la révision du RLP

La révision du RLP a été prescrite par délibération du Conseil Municipal le 26 mai 2021. Les objectifs ciblés lors de cette délibération sont les suivants :

- Mettre à jour le RLP au regard des différentes évolutions législatives intervenues en la matière et notamment la loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'Environnement du 03 août 2009 et la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement et leurs différents décrets d'application qui ont été pris concomitamment et à la suite de l'élaboration du RLP ;
- Adapter le RLP aux évolutions technologiques intervenues depuis son approbation en 2011 notamment au regard des nouveaux formats des publicités, enseignes et préenseignes ;
- Prendre en compte dans le futur document la dimension patrimoniale locale, notamment au regard de l'inscription du Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais à l'UNESCO, mais aussi suite à la révision générale du PLU de la commune approuvé le 16 décembre 2020 ;
- Articuler le RLP avec les différentes politiques mises en place aujourd'hui sur la commune et plus précisément en centre-ville avec l'Action Cœur de Ville (ACV), l'Opération Programmée de l'Amélioration de l'Habitat-Rénovation Urbaine (OPAH-RU) ou encore les prochaines campagnes de rénovation des façades en centre-ville ;
- Articuler le RLP autour de l'équilibre à trouver entre les besoins exprimés par les acteurs économiques et la nécessaire prise en compte des enjeux climatiques et du cadre de vie des habitants ;
- Réfléchir à l'adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) qui est aujourd'hui en place et recouvrée uniquement en matière de publicité et de préenseignes, afin d'en moduler son application en fonction des différents dispositifs (publicité, préenseigne ou enseigne).

3.1.2 Les objectifs issus de la phase de diagnostic et de la concertation

Les objectifs suivants ont été définis à la suite de la phase de diagnostic et prennent en compte les remarques issues de la concertation ainsi que les objectifs fixés lors de la délibération prescrivant la révision du RLP. Ces derniers constituent donc les objectifs du RLP :

- **Objectif 1** : Améliorer le cadre de vie des habitants et renforcer l'identité du territoire, pour une ville apaisée et agréable à vivre grâce à une meilleure maîtrise de l'affichage extérieur et dans le souci de répondre aux enjeux liés au changement climatique ;
- **Objectif 2** : Participer à la redynamisation de l'activité commerciale, notamment en centre-ville, pour consolider le rôle de polarité commerciale de Lens ;
- **Objectif 3** : Mettre en valeur le patrimoine architectural lensois, en lien avec l'ensemble des politiques mises en œuvre sur le territoire ;

3.2 Les orientations

Pour atteindre ces objectifs, les orientations sont les suivantes :

- **Orientation 1** : Porter une attention particulière aux dispositifs présents en entrée de ville et sur les axes structurants pour améliorer le cadre de vie des habitants ;
- **Orientation 2** : Harmoniser l'ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique ;
- **Orientation 3** : Assouplir la réglementation au sein des zones d'activité économiques et réfléchir à une refonte de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) ;
- **Orientation 4** : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique.

3.2.1 Orientation 1 : Porter une attention particulière aux dispositifs présents en entrées de ville et sur les axes structurants pour améliorer le cadre de vie des habitants

Cette première orientation cible les dispositifs implantés le long des axes structurants du territoire et en entrées de ville, en partie déjà identifiés lors de l'élaboration du précédent règlement local de publicité. Les principaux axes de circulation de la commune sont des points stratégiques pour l'implantation de dispositifs de publicité. L'implantation massive de publicité et de préenseigne dans ces secteurs impacte la lisibilité du tissu urbain. Cette orientation vise à agir sur la densité et améliorer la qualité des dispositifs (publicités, enseignes et préenseignes) qui y sont localisés afin de renforcer la lisibilité et la qualité des axes structurants et des entrées de ville. Pour rappel sont implantés sur ces axes, 55% des dispositifs de publicité, publicité sur mobilier urbain et préenseigne. Pour répondre à cet objectif les actions suivantes sont proposées :

1.1 Réfléchir à une meilleure répartition des dispositifs de publicité et de préenseigne sur le territoire, pour en maîtriser la densité et ainsi améliorer la qualité et la lisibilité des axes structurants et entrées de ville ;

1.2 Adapter le format des dispositifs de publicité et de préenseigne au tissu urbain pour une meilleure intégration de ces derniers dans leur environnement ;

1.3 Harmoniser le type de format pour chaque dispositif dans le but d'un aménagement cohérent de l'affichage extérieur ;

1.4 Réévaluer l'ensemble des dispositifs présents en entrée de ville et sur les axes structurants afin d'apaiser ces secteurs, réduire la pollution visuelle et ainsi améliorer le cadre de vie des habitants et l'attractivité de la commune.

3.2.2 Orientation 2 : Harmoniser l'ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique

Cette deuxième orientation vise tous les dispositifs implantés sur le territoire, en portant une attention particulière au centre-ville. L'objectif ici est de pouvoir harmoniser les publicités, enseignes et préenseignes sur ce secteur. Une réglementation cohérente doit s'inscrire au sein de cette zone afin d'y limiter l'impact de la publicité extérieure et d'avoir un centre-ville apaisé. Le centre-ville de Lens se compose d'éléments patrimoniaux importants et remarquables, qu'il convient de préserver et de mettre en valeur. Aussi, l'implantation de la publicité tout comme celle des enseignes doit donc respecter ces éléments de patrimoine, qui sont pour certains, repérés au titre du PLU. Enfin, cette orientation s'inscrit dans le cadre des différentes politiques mises en œuvre depuis plusieurs années pour redynamiser ce secteur. Pour répondre à cet objectif, les actions suivantes sont proposées :

2.1 Questionner la nécessité des dispositifs de publicités et de préenseignes en centre-ville autres que ceux sur mobilier-urbain ;

2.2 Poursuivre l'harmonisation des enseignes présentes et futures afin d'améliorer l'ambiance commerciale, notamment en centre-ville ;

2.3 Supprimer les enseignes obsolètes ;

2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l'architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs ;

2.5 Accompagner davantage les commerçants et les professionnels du secteur en développant des outils pédagogiques et un règlement facilement accessible.

3.2.3 Orientation 3 : Assouplir la réglementation au sein des zones d'activité économiques et réfléchir à une adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure

Dans les zones d'activités économiques, les préenseignes sont nombreuses afin d'informer les usagers, notamment à l'entrée de ces zones. Les enseignes ont également une place importante pour signaler les activités qui s'y exercent. A travers cette orientation, il s'agit de rendre plus lisibles et visibles les activités économiques dans ces zones. Pour répondre à cet objectif, sont proposées les actions suivantes :

3.1 Proposer une solution de mutualisation des préenseignes en entrée de zone pour améliorer leur visibilité et l'orientation des usagers, en lien avec la Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin compétente en matière de développement économique ;

3.2 Agir sur la surdensité d’affichage à l’intérieur de ces zones, afin de les apaiser et permettre ainsi une meilleure lisibilité de ces dernières ;

3.3 Assouplir les contraintes qui pèsent aujourd’hui sur le format des enseignes dans ces zones pour permettre d’améliorer la visibilité des activités présentes ;

3.4 Réfléchir à la nécessité de réviser la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure, sans alourdir la fiscalité pour les petits commerçants.

3.2.4 Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique

Cette dernière orientation vise à intégrer dans le règlement, des prescriptions techniques d’ordre écologique afin que les différents dispositifs visés dans le RLP participent à la lutte contre le dérèglement climatique et répondent aux enjeux de sobriété énergétique. Pour cela, sont proposées les actions suivantes :

4.1 Réfléchir à un allongement de la période d’extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;

4.2 Agir sur l’installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;

4.3 Porter une attention particulière à la publicité sur véhicules terrestres ;

4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;

4.5 Encourager l’utilisation de matériaux durables et produits localement.

CHAPITRE 4. JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS

4.1 Justifications des choix retenus en matière de zonage

4.1.1 Délimitation des zones de publicité et de préenseignes

Pour répondre aux différentes orientations retenues, le territoire lensois est découpé en quatre zones distinctes :

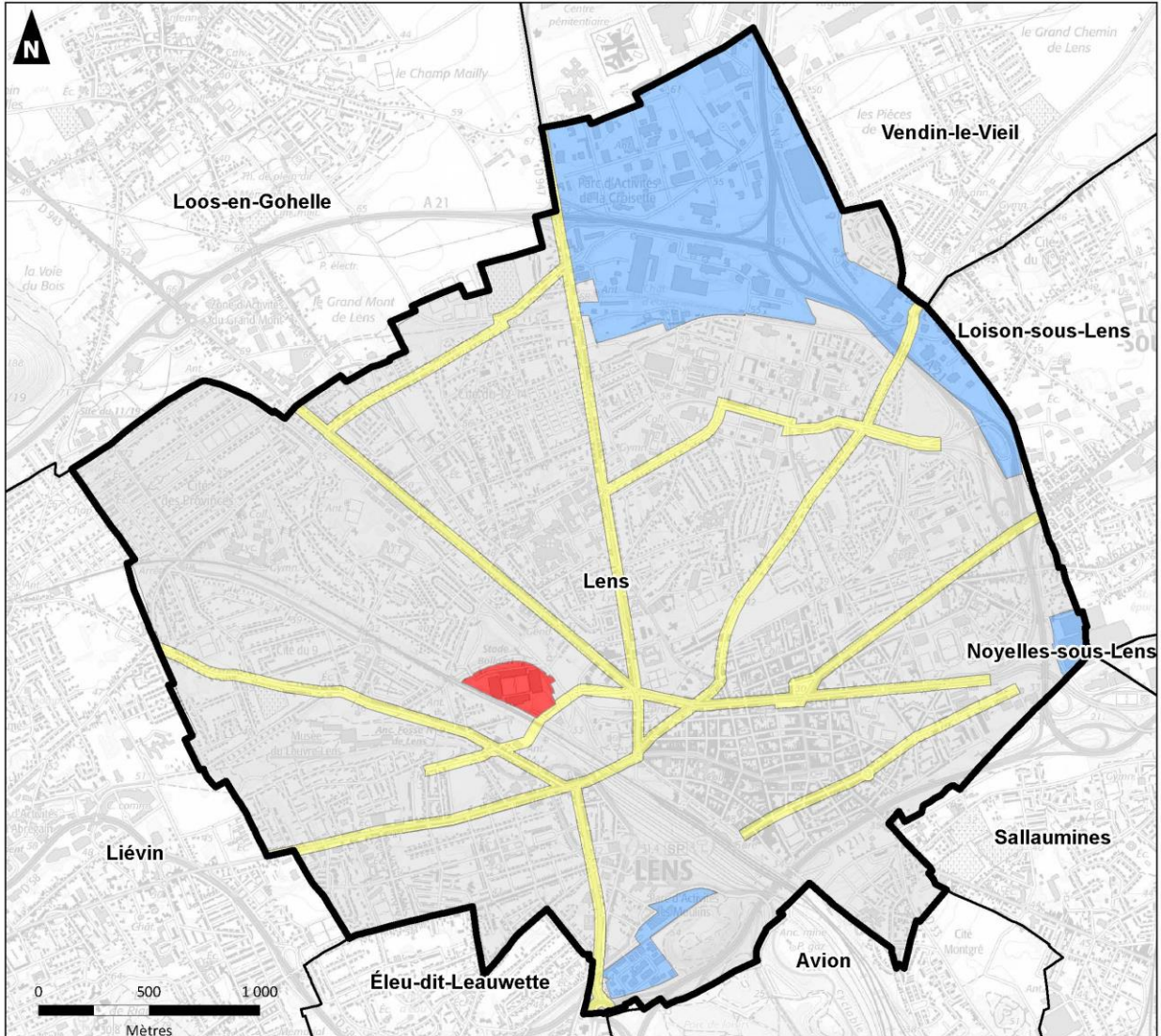
Zone de publicité	Orientations du RLP
ZP1 – Axes routiers et entrées de ville à enjeux	<p>Orientation 1 – Porter une attention particulières aux dispositifs présents en entrée de ville et sur les axes structurants pour améliorer le cadre de vie</p> <p>1.1 Réfléchir à une meilleure répartition des dispositifs sur le territoire, pour en maîtriser la densité et ainsi améliorer la qualité et la lisibilité des axes structurants et entrées de ville ;</p> <p>1.2 Adapter le format des dispositifs au tissu urbain pour une meilleure intégration de ces derniers dans leur environnement ;</p> <p>1.3 Harmoniser le type de format pour chaque dispositif dans le but d’un aménagement cohérent de l’affichage extérieur ;</p> <p>1.4 Réévaluer l’ensemble des dispositifs présents en entrée de ville et sur les axes structurants afin d’apaiser ces secteurs, réduire la pollution visuelle et ainsi améliorer le cadre de vie des habitants et l’attractivité de la commune.</p> <p>Orientation 2 : Harmoniser l’ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique</p> <p>2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l’architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs</p> <p>2.5 Accompagner davantage les commerçants et les professionnels du secteur en développant des outils pédagogiques et un règlement facilement accessible.</p> <p>Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique</p> <p>4.1 Réfléchir à un allongement de la période d’extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;</p> <p>4.2 Agir sur l’installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;</p>

	<p>4.3 Porter une attention particulière à la publicité sur véhicules terrestres ;</p> <p>4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;</p> <p>4.5 Encourager l'utilisation de matériaux durables et produits localement.</p>
<p>ZP2 – Stade Bollaert-Delelis</p>	<p>Orientation 2 : Harmoniser l'ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique</p> <p>2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l'architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs ;</p> <p>2.5 Accompagner davantage les commerçants et les professionnels du secteur en développant des outils pédagogiques et un règlement facilement accessible.</p> <p>Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique</p> <p>4.1 Réfléchir à un allongement de la période d'extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;</p> <p>4.2 Agir sur l'installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;</p> <p>4.3 Porter une attention particulière à la publicité sur véhicules terrestres ;</p> <p>4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;</p> <p>4.5 Encourager l'utilisation de matériaux durables et produits localement.</p>
<p>ZP3 – Zones d'activités</p>	<p>Orientation 2 : Harmoniser l'ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique</p> <p>2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l'architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs ;</p> <p>2.5 Accompagner davantage les commerçants et les professionnels du secteur en développant des outils pédagogiques et un règlement facilement accessible.</p> <p>Orientation 3 : Assouplir la réglementation au sein des zones d'activité économiques et réfléchir à une adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure</p> <p>3.1 Proposer une solution de mutualisation des préenseignes en entrée de zone pour améliorer leur visibilité et l'orientation des usagers, en lien avec la</p>

	<p>Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin compétente en matière de développement économique ;</p> <p>3.2 Agir sur la surdensité d'affichage à l'intérieur de ces zones, afin de les apaiser et permettre ainsi une meilleure lisibilité de ces dernières.</p> <p>Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique</p> <p>4.1 Réfléchir à un allongement de la période d'extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;</p> <p>4.2 Agir sur l'installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;</p> <p>4.3 Porter une attention particulière à la publicité sur véhicules terrestres ;</p> <p>4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;</p> <p>4.5 Encourager l'utilisation de matériaux durables et produits localement.</p>
<p>ZP4 – Autres zones agglomérées</p>	<p>Orientation 2 : Harmoniser l'ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique</p> <p>2.1 Questionner la nécessité des dispositifs de publicités et de préenseignes en centre-ville autres que ceux sur mobilier-urbain ;</p> <p>2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l'architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs ;</p> <p>2.5 Accompagner davantage les commerçants et les professionnels du secteur en développant des outils pédagogiques et un règlement facilement accessible.</p> <p>Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique</p> <p>4.1 Réfléchir à un allongement de la période d'extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;</p> <p>4.2 Agir sur l'installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;</p> <p>4.3 Porter une attention particulière à la publicité sur véhicules terrestres ;</p> <p>4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;</p> <p>4.5 Encourager l'utilisation de matériaux durables et produits localement.</p>

L'état des lieux des dispositifs recensés sur le territoire, le diagnostic et les différents enjeux ont fait ressortir plusieurs secteurs comportant des enjeux spécifiques. Ces différents secteurs sont repris sur le plan de zonage des publicités et préenseignes. Chacun d'entre eux bénéficie de règles spécifiques qui permettent de répondre aux enjeux et besoins soulignés lors du diagnostic et des différents temps de concertation.

Zonage de publicité et préenseigne



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2024

Réalisation : Auddicé urbanisme, mai 2024

- Commune concernée
- Limites communales

Zonage de publicité et préenseigne :

- ZP1 - Axes routiers et entrées de ville à enjeux
- ZP2 - Stade Bollaert-Delelis
- ZP3 - Zones d'activités
- ZP4 - Autre zone agglomérée

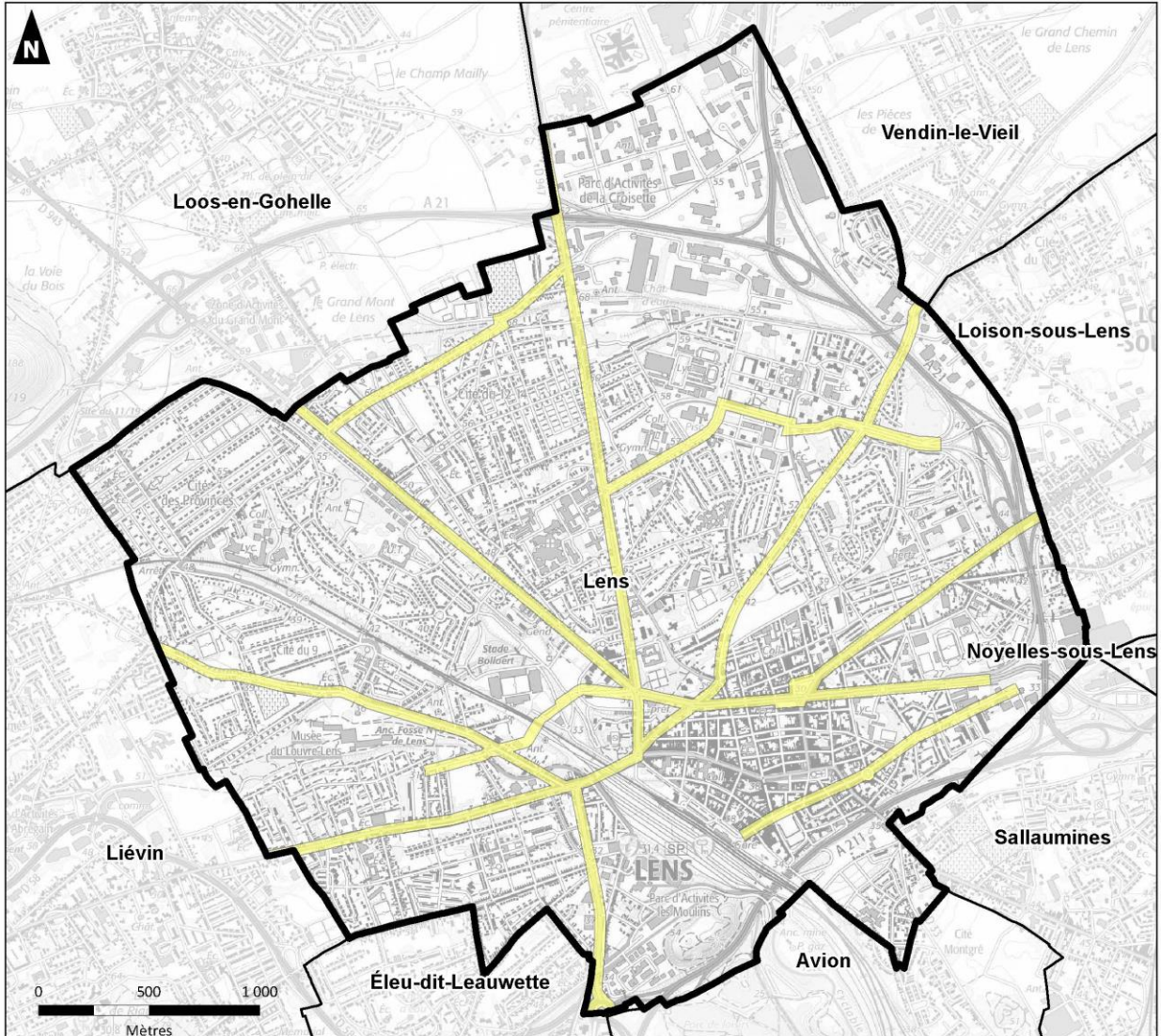
4.1.1.1 Justification de la zone de publicité 1 (ZP1) – Axes routiers et entrées de ville à enjeux

La création d'une zone de publicité spécifique aux axes structurants et aux entrées de ville dans le cadre de la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) revêt une importance significative pour plusieurs raisons. Cette zone nommée « Zone de Publicité 1- Axes routiers et entrées de ville à enjeux », est conçue pour couvrir les principaux axes structurants et entrées de ville du territoire répondant à un ensemble d'objectifs fixés par la municipalité.

Les axes structurants de la ville sont souvent les voies de circulation les plus fréquentées. Ces zones voient passer un grand nombre d'usagers chaque jour, qu'il s'agisse de résidents, de travailleurs ou de visiteurs. En conséquence, elles sont un lieu privilégié pour l'implantation de publicité extérieure à l'instar des entrées de ville. Les entreprises et les annonceurs ont tout intérêt à atteindre un public aussi large que possible et ces axes offrent une visibilité large pour leurs messages.

De plus, l'objectif de la Zone de Publicité 1 est d'améliorer la lisibilité des messages publicitaires. Dans un environnement urbain dense, la publicité peut rapidement devenir envahissante et incohérente, nuisant à l'esthétique des lieux et à la compréhension des messages. En établissant un zonage spécifique et des règles associées, on s'assure que les dispositifs de publicité sont conçus et implantés de manière à ne pas perturber le paysage urbain.

Zonage de publicité et préenseigne ZP1 - Axes routiers et entrées de ville à enjeux



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2024

Réalisation : Auddicé urbanisme, mai 2024

- Commune concernée
- Limites communales
- Zonage de publicité et préenseigne :**
- ZP1 - Axes routiers et entrées de ville à enjeux

4.1.1.2 Justification de la zone de publicité 2 (ZP2) – Stade Bollaert-Delelis

La Zone de Publicité 2 est spécifique au Stade Bollaert-Delelis, équipement d'envergure situé aux portes du centre-ville de la commune. Etant un équipement sportif comportant plus de 15 000 places assises, le stade Bollaert-Delelis est soumis à des règles nationales spécifiques pour ce type d'équipement. Dans la continuité de la réglementation nationale, cette zone identifiée dans le règlement local permet de souligner le caractère propre du stade et d'y apporter une réglementation cohérente.

Zonage de publicité et préenseigne ZP2 - Stade Bollaert-Delelis



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

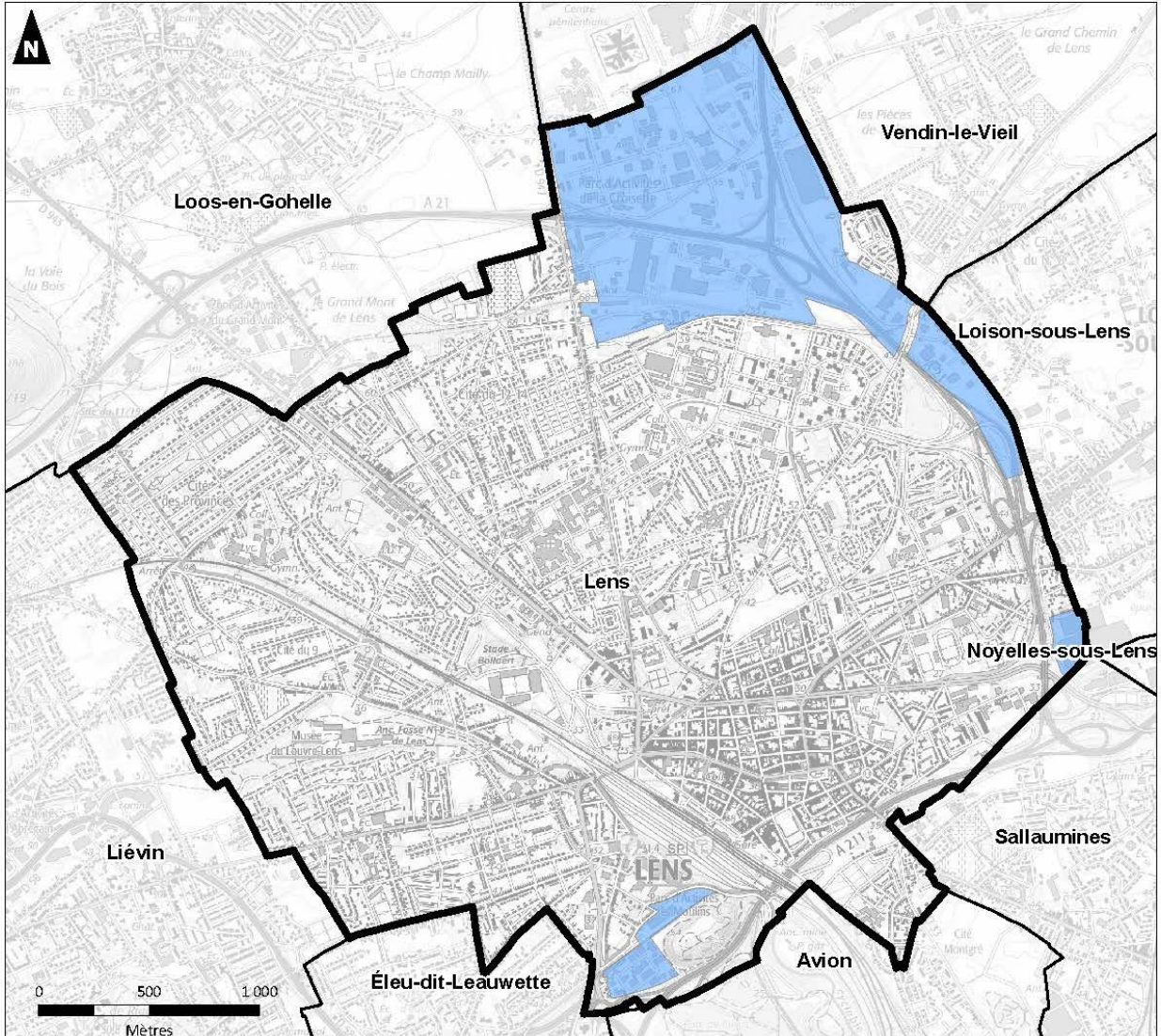
Réalisation : Auddicé urbanisme, novembre 2023

-  Commune concernée
-  Limites communales
- Zonage de publicité et préenseigne :**
-  ZP2 - Stade Bollaert-Delelis

4.1.1.3 Justification de la zone de publicité 3 (ZP3) – Zones d'activités

La Zone de Publicité 3 est propre aux activités économiques du territoire. Les zones d'activités présentent des enjeux d'amélioration de la qualité visuelle de la publicité extérieure tout en développant une réglementation plus souple qu'en ZP1. L'inscription de ce type de zone au sein du règlement local de publicité a pour objectif de garantir l'expression des acteurs économiques tout encadrant les dispositifs implantés. Les enjeux en matière de publicité et de préenseigne se localisent en partie sur les zones d'entrée et de sortie où la surabondance des dispositifs peut nuire à la lisibilité des activités présentes.

Zonage de publicité et préenseigne ZP3 - Zones d'activités



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

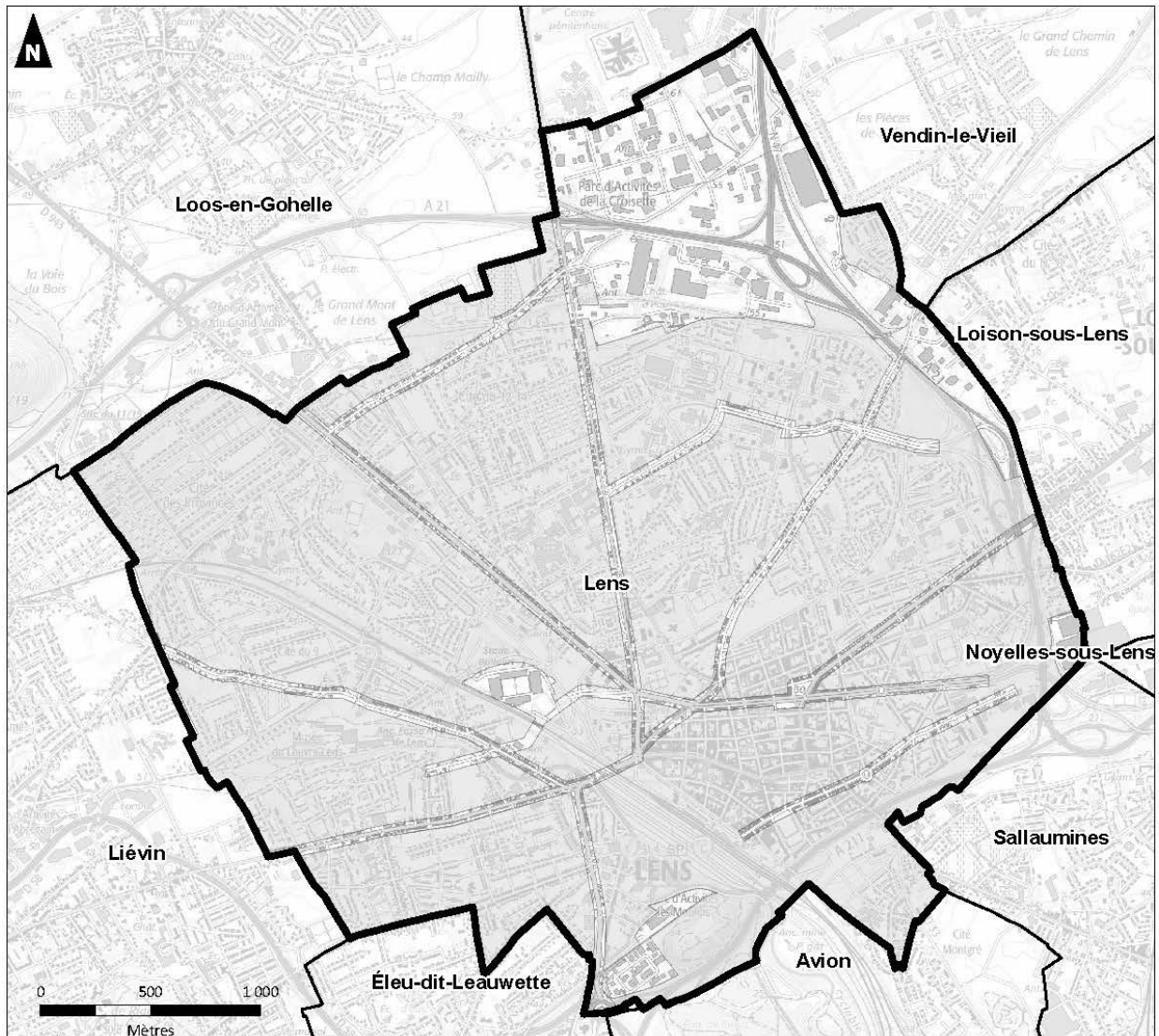
Réalisation : Auddicé urbanisme, novembre 2023

- | | |
|--------------------|---|
| Commune concernée | Zonage de publicité et préenseigne : |
| Limites communales | ZP3 - Zones d'activités |

4.1.1.4 Justification de la zone de publicité 4 (ZP4) – Autres zones agglomérées

Le reste du territoire communal est considéré davantage comme abritant un tissu tourné vers le résidentiel mais pouvant accueillir ponctuellement des activités économiques. Il s'agit ici de permettre des possibilités de publicité extérieure tout en les encadrant afin de ne pas impacter le paysage urbain de ces zones d'habitat composées notamment de cités minières dont il convient de mettre en valeur le patrimoine, en lien avec le label UNESCO et la protection au titre des Monuments Historiques.

Zonage de publicité et préenseigne ZP4 - Autre zone agglomérée



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, novembre 2023

- | | |
|--|---|
|  Commune concernée | Zonage de publicité et préenseigne : |
|  Limites communales |  ZP4 - Autre zone agglomérée |

4.1.2 Délimitation des zones d’enseignes

Tout d’abord, il convient de noter que le RLP précédent n’était pas pourvu d’un zonage spécifique aux enseignes. Aussi, le territoire était composé d’une seule et même zone d’enseigne ce qui avait pour conséquence de prescrire les mêmes règles relatives aux enseignes sur l’ensemble du territoire. Afin de répondre aux différents enjeux issus de la phase diagnostic, les élus de la commune de Lens ont décidé, dans les objectifs et orientations qu’ils ont fixés, de diviser le territoire en plusieurs zones afin que les règles relatives aux enseignes répondent plus précisément aux besoins et enjeux identifiés sur chaque zone. Aussi, pour répondre aux différentes orientations retenues lors de l’élaboration du diagnostic, le territoire lensois est découpé en quatre zones :

Zone de publicité	Orientations du RLP
<p>ZE1 – Linéaires commerciaux à enjeux</p>	<p>Orientation 1 : Porter une attention particulières aux dispositifs présents en entrées de ville et sur les axes structurants pour améliorer le cadre de vie</p> <p>1.2 Adapter le format des dispositifs au tissu urbain pour une meilleure intégration de ces derniers dans leur environnement ;</p> <p>1.3 Harmoniser le type de format pour chaque dispositif dans le but d’un aménagement cohérent de l’affichage extérieur ;</p> <p>Orientation 2 : Harmoniser l’ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique</p> <p>2.2 Poursuivre l’harmonisation des enseignes présentes et futures afin d’améliorer l’ambiance commerciale, notamment en centre-ville ;</p> <p>2.3 Supprimer les enseignes obsolètes ;</p> <p>2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l’architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs ;</p> <p>2.5 Accompagner davantage les commerçants et les professionnels du secteur en développant des outils pédagogiques et un règlement facilement accessible.</p>

	<p>Orientation 3 : Assouplir la réglementation au sein des zones d'activité économiques et réfléchir à une adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure</p> <p>3.4 Réfléchir à la nécessité de réviser la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure, sans alourdir la fiscalité pour les petits commerçants.</p> <p>Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique</p> <p>4.1 Réfléchir à un allongement de la période d'extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;</p> <p>4.2 Agir sur l'installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;</p> <p>4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;</p> <p>4.5 Encourager l'utilisation de matériaux durables et produits localement.</p>
<p>ZE2 – Stade Bollaert-Delelis</p>	<p>Orientation 2 : Harmoniser l'ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique</p> <p>2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l'architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs ;</p> <p>Orientation 3 : Assouplir la réglementation au sein des zones d'activité économiques et réfléchir à une adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure</p> <p>3.4 Réfléchir à la nécessité de réviser la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure, sans alourdir la fiscalité pour les petits commerçants.</p>

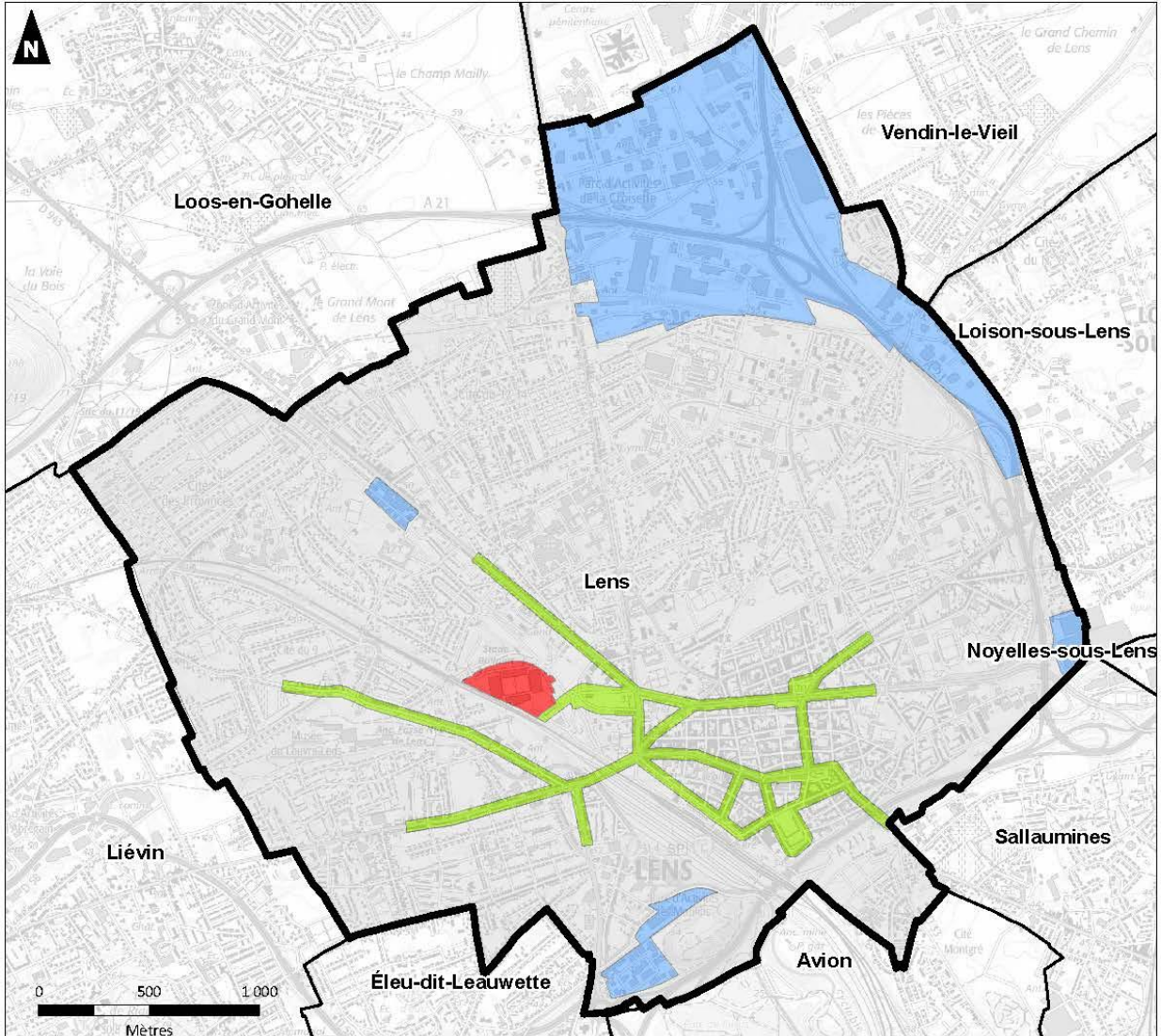
	<p>Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique</p> <p>4.1 Réfléchir à un allongement de la période d’extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;</p> <p>4.2 Agir sur l’installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;</p> <p>4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;</p> <p>4.5 Encourager l’utilisation de matériaux durables et produits localement.</p>
<p>ZE3 – Zones d’activités</p>	<p>Orientation 2 : Harmoniser l’ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique</p> <p>2.3 Supprimer les enseignes obsolètes ;</p> <p>2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l’architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs ;</p> <p>2.5 Accompagner davantage les commerçants et les professionnels du secteur en développant des outils pédagogiques et un règlement facilement accessible.</p> <p>Orientation 3 : Assouplir la réglementation au sein des zones d’activité économiques et réfléchir à une adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure</p> <p>3.3 Assouplir les contraintes qui pèsent aujourd’hui sur le format des enseignes dans ces zones pour permettre d’améliorer la visibilité des activités présentes ;</p> <p>3.4 Réfléchir à la nécessité de réviser la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure, sans alourdir la fiscalité pour les petits commerçants.</p>

	<p>Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique</p> <p>4.1 Réfléchir à un allongement de la période d’extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;</p> <p>4.2 Agir sur l’installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;</p> <p>4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;</p> <p>4.5 Encourager l’utilisation de matériaux durables et produits localement.</p>
<p>ZE4 – Autres zones agglomérées</p>	<p>Orientation 2 : Harmoniser l’ensemble des dispositifs, notamment les enseignes en centre-ville et supprimer ceux devenus obsolètes afin de participer à la redynamisation commerciale de ce secteur stratégique</p> <p>2.3 Supprimer les enseignes obsolètes ;</p> <p>2.4 Mettre en valeur le voisinage des Monuments Historiques en lien avec l’architecte des Bâtiments de France et ainsi permettre un meilleur accompagnement des porteurs de projet dans ces secteurs ;</p> <p>2.5 Accompagner davantage les commerçants et les professionnels du secteur en développant des outils pédagogiques et un règlement facilement accessible.</p> <p>Orientation 3 : Assouplir la réglementation au sein des zones d’activité économiques et réfléchir à une adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure</p> <p>3.4 Réfléchir à la nécessité de réviser la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure, sans alourdir la fiscalité pour les petits commerçants.</p> <p>Orientation 4 : Participer à la lutte contre le dérèglement climatique en prenant en compte les enjeux de sobriété énergétique</p>

	<p>4.1 Réfléchir à un allongement de la période d’extinction des dispositifs au-delà de ce que prévoit la loi, dans un souci de sobriété énergétique ;</p> <p>4.2 Agir sur l’installation et la multiplication des écrans numériques et publicités lumineuses dans les vitrines commerciales ;</p> <p>4.4 Favoriser les systèmes et dispositifs lumineux les moins énergivores ;</p> <p>4.5 Encourager l’utilisation de matériaux durables et produits localement.</p>
--	--

L’état des lieux des dispositifs recensés sur le territoire, le diagnostic et les temps de concertation ont fait ressortir plusieurs secteurs comportant des enjeux spécifiques. Ces différents secteurs sont repris sur le plan de zonage d’enseignes. Chacun d’entre eux bénéficie de règles spécifiques qui permettent de répondre aux enjeux soulignés.

Zonage d'enseigne



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, novembre 2023

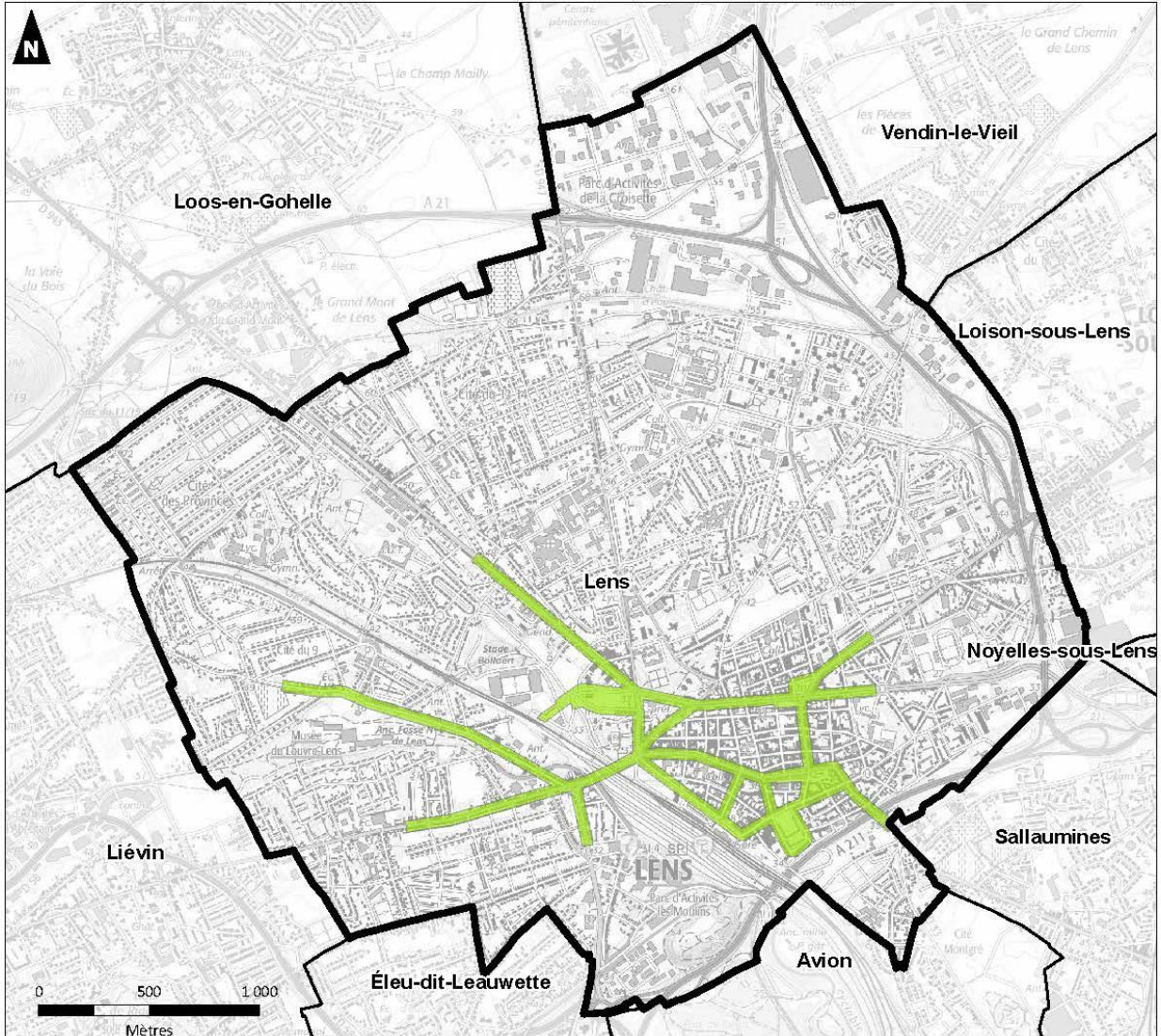
- | | |
|--------------------|------------------------------------|
| Commune concernée | Zonage d'enseigne : |
| Limites communales | ZE1 - Linéaire commercial à enjeux |
| | ZE2 - Stade Bollaert-Delelis |
| | ZE3 - Zones d'activités |
| | ZE4 - Autre zone agglomérée |

4.1.2.1 Justification de la zone d'enseigne 1 (ZE1) – Linéaire commercial à enjeux

La Zone d'Enseigne 1 porte sur les linéaires commerciaux lensois à enjeux, c'est-à-dire à la fois en ce qui concerne les artères clefs du centre-ville et une partie des axes structurants du territoire communal.

Il est primordial de souligner que cette zone a pour ambition d'attirer des enseignes de qualité. Il s'agit d'encourager les commerces à respecter les caractéristiques architecturales et paysagères de leur environnement. Ces enjeux sont particulièrement cruciaux dans le centre-ville, où des éléments du patrimoine architectural ont été identifiés dans le Plan Local d'Urbanisme, lequel souligne la nécessité de redynamiser ce secteur afin d'y attirer le chaland. Des enseignes de qualité sont attendues afin de mettre en valeur le patrimoine lensois et ainsi permettre une meilleure lisibilité des activités présentes sur ces linéaires.

Zonage d'enseigne ZE1 - Linéaire commercial à enjeux



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

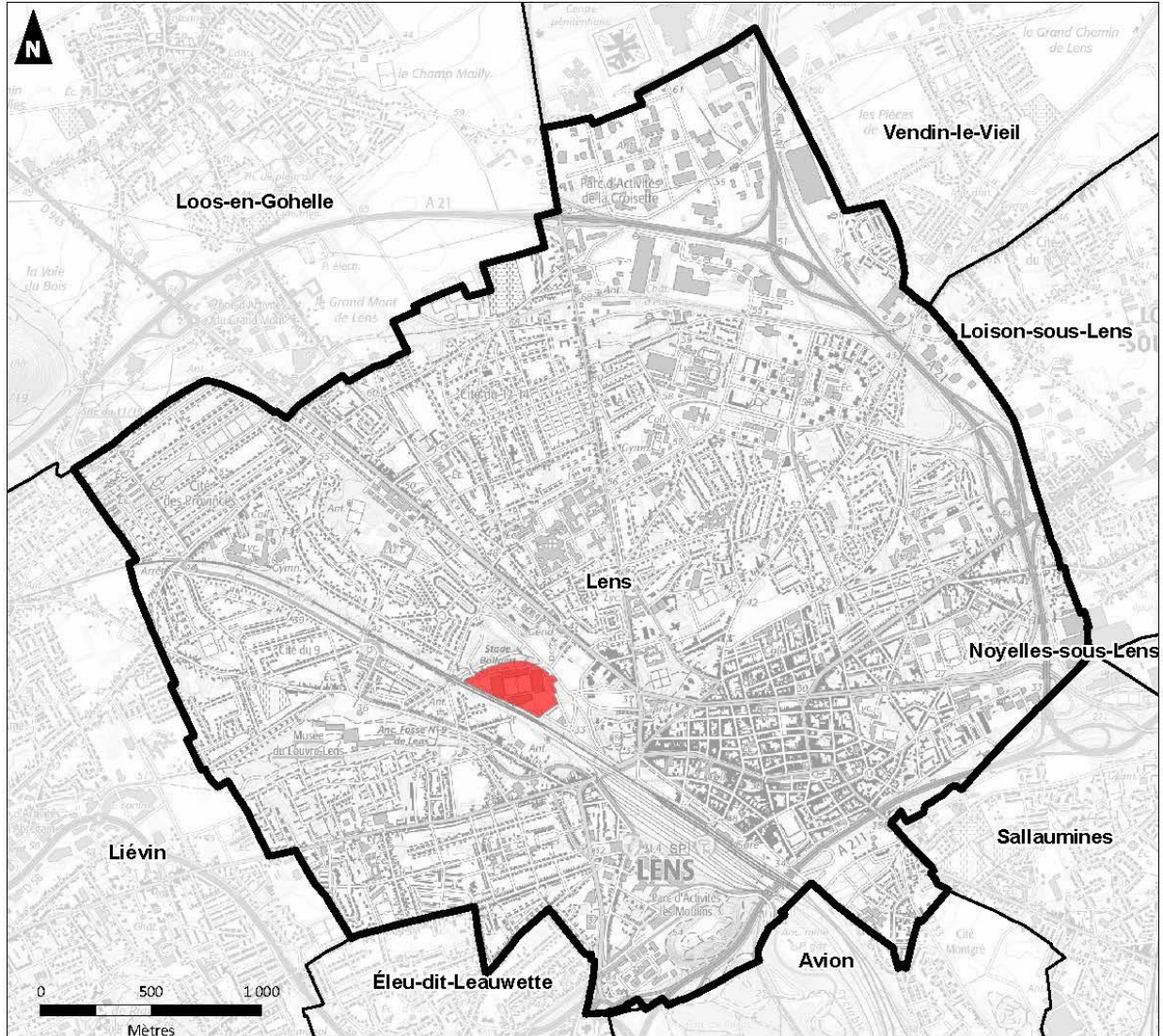
Réalisation : Auddicé urbanisme, novembre 2023

- Commune concernée
- Limites communales
- Zonage d'enseigne :**
- ZE1 - Linéaire commercial à enjeux

4.1.2.2 Justification de la zone d'enseigne 2 (ZE2) – Stade Bollaert-Delelis



La Zone d'Enseigne 2 est spécifique au Stade Bollaert-Delelis, équipement d'envergure situé aux portes du centre-ville de la commune. Cette zone identifiée dans le règlement local permet de souligner le caractère propre du stade et d'y apporter une réglementation cohérente.


Zonage d'enseigne ZE2 - Stade Bollaert-Delelis



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, novembre 2023

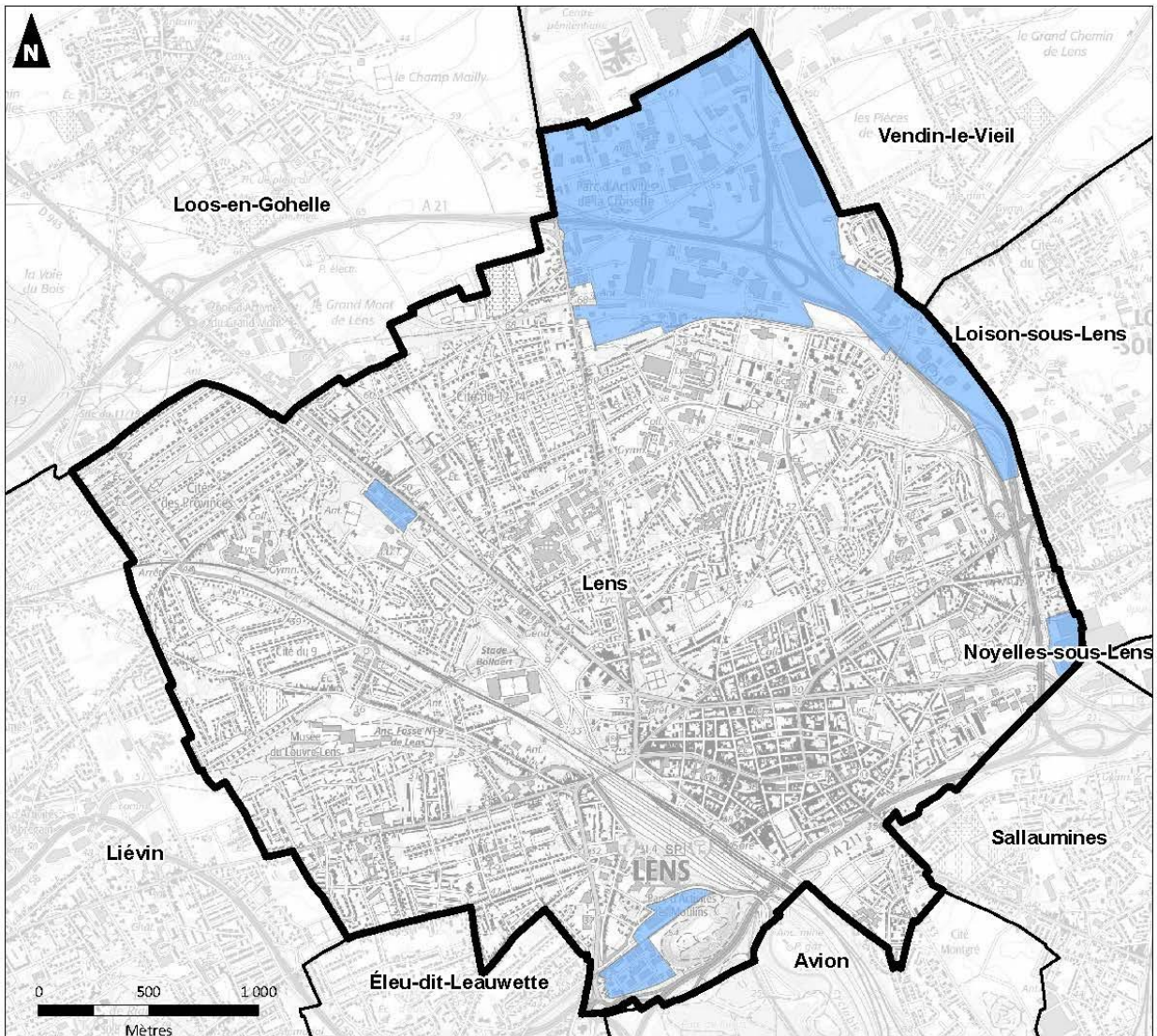
-  Commune concernée
-  Limites communales

- Zonage d'enseigne :**
-  ZE2 - Stade Bollaert-Delelis

4.1.2.3 Justification de la zone d'enseigne 3 (ZE3) – Zones d'activités

Le règlement sur les zones d'activités a pour objectif de garantir l'expression des acteurs économiques tout en encadrant les dispositifs implantés. En effet, il s'agit de permettre un cadre souple qui garantit une meilleure lisibilité et visibilité des acteurs économiques implantés dans ce secteur.

Zonage d'enseigne ZE3 - Zones d'activités



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

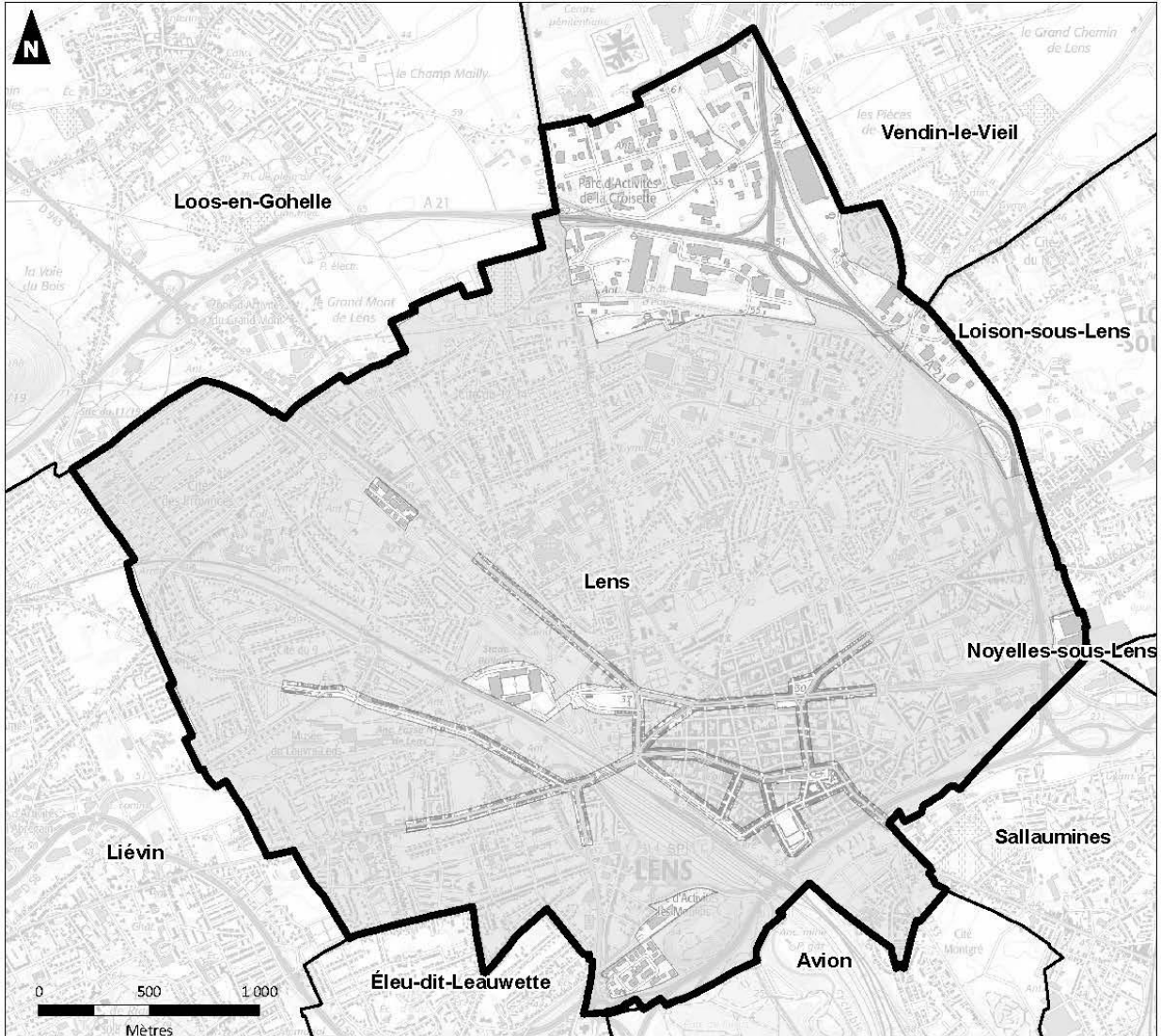
Réalisation : Auddicé urbanisme, novembre 2023

- Commune concernée
- Limites communales
- Zonage d'enseigne :**
- ZE3 - Zones d'activités

4.1.2.4 Justification de la zone d'enseigne 4 (ZE4) – Autres zones agglomérées

La dernière et quatrième zone reprend le reste du territoire communal. La qualité paysagère du reste de la commune doit être préservée de toute pollution visuelle importante engendrée par l'affichage d'enseigne. Il s'agit ici d'apporter des règles adaptées à ce tissu urbain afin de préserver le cadre de vie résidentiel du territoire tout en permettant aux activités de bénéficier d'une bonne visibilité. Cette zone reprenant une grande partie de la commune avec des tissu différents, il a été choisi d'y prescrire des règles adaptés à chacun de ces tissus, lesquels présentant des intérêts patrimoniaux liés au label UNESCO, à la protection au titre des Monuments Historiques ou encore au patrimoine identifié dans le Plan Local d'Urbanisme.

Zonage d'enseigne ZE4 - Autre zone agglomérée



Sources : Atlas des patrimoines - IGN - Auddicé urbanisme 2023

Réalisation : Auddicé urbanisme, novembre 2023

-  Commune concernée
-  Limites communales
- Zonage d'enseigne :**
-  ZE4 - Autre zone agglomérée

4.2 Justifications des choix règlementaires en matière de publicités et de préenseignes

	Dispositions générales	ZP1 – Axes routiers et entrées de ville à enjeux	ZP2.1 – Stade Bollaert-Delelis	ZPE- Zones d'activités économiques	ZP4- Autres zones agglomérées
Densité	Un dispositif par unité foncière	La pose d'un dispositif de publicité est interdite sur les unités foncières au linéaire inférieur à 60m.	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Dispositions générales
	<p>Justification : Cette mesure est mise en place afin de limiter le nombre de dispositif dans le paysage urbain</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 1.1</p>	<p>Justification : a pour objectif d'instaurer un encadrement plus strict de la densité des publicités et préenseignes sur le domaine privé. Cette mesure est nécessaire pour éviter la surcharge visuelle, protéger l'esthétique urbaine et améliorer la qualité de vie des habitants.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 1.4 ; Orientation 3.2</p>			
Format	Une surface maximum de 10,50m ² encadrement compris	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Dispositions générales
	<p>Justification : autoriser une surface de 10,5m² permet d'être visible pour les professionnels tout en impactant moins le paysage par rapport aux dispositifs de 12m². De plus, cette surface se conforme au récent décret du</p>				

	30/11/2023 venant règlementer le format des dispositifs de publicité Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 1.2 ; Orientation 1.3				
Scellés au sol	Règles du code de l'environnement De type exclusivement mono-pied et peuvent avoir une double face (cette disposition ne s'applique pas aux dispositifs de mobilier urbain) Les dispositifs équipés d'une passerelle ou de tout autre élément technique sont interdits	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Interdit
	Justification : autoriser uniquement les dispositifs de type mono-pied permet d'améliorer la qualité esthétique des dispositifs Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1				Justification : pour préserver le cadre résidentiel et notamment assurer la mise en valeur des cités minières repérées dans le bien inscrit au titre de l'UNESCO, les dispositifs scellés au sol sont interdits Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1
Installé au sol	Règles du code de l'environnement Uniquement de type chevalet Installé devant l'établissement qui l'appose et aux horaires d'ouverture de l'établissement ; un dispositif par établissement et par voie ouverte à la circulation Doit présenter une surface maximale d'1m ² et une hauteur maximale d'1,20 mètres et peuvent être de double face. Doit bénéficier d'une autorisation du domaine public délivré par le Maire	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Dispositions générales

	<p>Justification : cette surface maximum permet à l'activité d'être visible durant ses horaires d'ouverture. Les dispositions doivent limiter l'impact en matière de sécurité sur la voirie notamment pour les piétons. Ces dispositifs sont surtout utilisés par les commerçants de centre-ville afin de communiquer sur les différents produits qu'ils vendent. Réglementer ce type de dispositif permet d'harmoniser l'affichage extérieur et ainsi éviter toute concurrence sur la taille des dispositifs utilisés pour communiquer.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>				
Apposé au mur	<p>Ne peut être installé que sur un mur aveugle et s'élever à plus de 6m au-dessus du sol Ne peut dépasser les limites de l'égout du toit Doit être installé à une distance de 0,25m par rapport aux arêtes du mur et présenter une saillie inférieure ou égale à 0,25m par rapport à ce même mur.</p>	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Interdit
	<p>Justification : les règles du code de l'environnement pour les dispositifs apposés au sol sont ici reprises. Ces règles répondant à des normes esthétiques et techniques suffisantes, il n'a pas été jugé nécessaire de réglementer davantage ce type de dispositif.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>				<p>Justification : pour préserver le cadre résidentiel, les dispositifs apposés au mur sont interdits.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>
Mobilier urbain	<p>Règles du code de l'environnement Une surface unitaire maximum de 8m² pour les mobiliers urbains d'information prévus à l'article R.581-47 du code de l'environnement.</p>	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Dispositions générales
	<p>Justification : cette surface maximum permet de conserver un affichage lisible et ayant un impact moindre sur l'environnement tout en se conformant au décret du 30/11/2023</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 2.1</p>				
	Règles du code de l'environnement				

Affichage d'opinion	<p>Justification : les règles du code de l'environnement pour les dispositifs d'affichage d'opinion sont ici reprises. Ces règles étant jugées suffisante il n'a pas été jugé nécessaires de les adapter au territoire.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>	Règles du code de l'environnement	Règles du code de l'environnement	Règles du code de l'environnement	Règles du code de l'environnement
Bâches	<p>Les bâches de chantier sont autorisées selon les conditions fixées par le code de l'environnement Les bâches publicitaires sont interdites, sous réserve des dispositions de chaque zone</p> <p>Justification : pour les bâches de chantier, le RLP suit les conditions fixées par le code de l'environnement. Les bâches publicitaires sont interdites dans l'ensemble des zones, sauf pour le Stade Bollaert, afin de préserver la qualité paysagère et du bâti de la commune.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Dispositions générales
Dispositif de dimensions exceptionnelles	<p>Règles du code de l'environnement Les dispositifs qui supportent de la publicité numérique sont interdits</p> <p>Justification : les règles du code de l'environnement pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont ici reprises car aucun enjeu spécifique n'a été relevé. De plus, ces règles répondant à des normes techniques, il n'a pas été jugé nécessaire de réglementer davantage ce type de dispositif si ce n'est l'interdiction des publicités numériques. Cette interdiction permet de répondre aux enjeux de sobriété énergétique.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 4.4</p>	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Dispositions générales
Dispositif de petit format	<p>Règles du code de l'environnement Ce type de dispositif ne peut excéder une surface d'1m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de 2m².</p> <p>Justification : les règles du code de l'environnement pour les dispositifs de petit format sont ici reprises. Ces règles</p>	Règles du code de l'environnement	Règles du code de l'environnement	Règles du code de l'environnement	Règles du code de l'environnement

	<p>répondant à des normes esthétiques et techniques suffisantes, il n'a pas été jugé nécessaire de réglementer davantage ce type de dispositif.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>				
Dispositif lumineux	<p>Règles du code de l'environnement</p> <p>Seuls les dispositifs éclairés par projection ou transparence sont autorisés (à l'exception du mobilier urbain et des dispositifs situés à l'intérieur d'un local commercial)</p> <p>Extinction entre 23h et 6h</p> <p>Les dispositifs lumineux sur abribus sont éteints 30 minutes après la fin du service et peuvent être allumés 30 minutes avant le début du service.</p> <p>Les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis l'espace public et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.</p> <p>Ces derniers sont limités à un dispositif par commerce et par voie ouverte à la circulation, ils ne peuvent avoir une surface supérieure à 2m² et une surface cumulée supérieure à 4m².</p>	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	Dispositions générales
	<p>Justification : fixer des horaires d'extinction permet de contribuer d'une part à la réduction de la pollution lumineuse engendrée par la publicité extérieure mais aussi de réduire la consommation d'énergie. Les plages horaires décidées permettent aux professionnels d'être visibles pendant les horaires d'ouverture de leur activité ainsi que quelques minutes avant et après.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 1.2 ; Orientation 4.1 ; Orientation 4.2 ; Orientation 4.4</p>				
Dérogation	<p>Par dérogation à l'article L.581-8 du code de l'environnement et conformément à ce dernier, la publicité sur mobilier urbain destiné à recevoir des</p>	Dispositions générales	Dispositions générales	Dispositions générales	Dispositions générales

	<p>informations non publicitaires est autorisée aux abords des monuments historiques.</p> <p>Justification : cette dérogation a pour objectif le maintien des services publics d'informations avec les plans de ville, informations locales et culturelles sur l'ensemble du territoire communal. De plus, les dispositifs de mobilier urbain supportant de la publicité sont gérés directement par la ville via des contrats passés avec les afficheurs. Aussi, le RLP permet de tracer un cadre dans lequel ces différents contrats viendront s'inscrire.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 2.1</p>				
Interdiction	<p>La publicité sur véhicule terrestre exclusivement équipé pour diffuser de la publicité est interdite.</p> <p>Seuls les dispositifs de publicité et de préenseigne réglementés par ce dernier et par le code de l'environnement sont autorisés.</p> <p>Justification : l'interdiction de la publicité sur ce type de véhicule terrestre permet d'éviter toute nuisance sonore et répondre aux enjeux du changement climatique tout en permettant aux professionnels utilisant un véhicule terrestre de pouvoir communiquer sur son activité lorsque son véhicule n'est pas conçu exclusivement pour diffuser de la publicité.</p> <p>De plus et afin de sécuriser le règlement, il a été choisi de lister limitativement les dispositifs autorisés et donc d'interdire tous ceux qui n'auraient pas été autorisés dans le règlement ou le code de l'environnement.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 4.4</p>	Dispositions générales	Dispositions générales	Dispositions générales	Dispositions générales

4.3 Justifications des choix règlementaires en matière d'enseignes

	Dispositions générales	ZE1 – Linéaire commercial à enjeux	ZE2 – Stade Bollaert-Delelis	ZE3- Zones d'activités économiques	ZE4- Autres zones agglomérées
Intégration	<p>Les matériaux et couleurs de l'enseigne doivent s'intégrer à l'immeuble et à l'environnement immédiat dans lesquels elle s'installe. La position, la taille et l'apparence de l'enseigne ne doivent pas compromettre l'architecture du bâtiment sur lequel elle est installée et ne doivent recouvrir aucun élément architectural de la façade.</p> <p>L'enseigne devra être installée dans la continuité et en accord avec les lignes de composition de la façade de l'immeuble.</p> <p>L'implantation d'une enseigne ne peut s'effectuer que sur la partie de la façade où l'activité signalée s'exerce. En aucun cas une enseigne ne pourra être apposée sur la partie de l'immeuble où s'effectue l'entrée des habitations.</p>				
	<p>Justification : les règles apportées sur l'intégration des enseignes ont pour objectif la pose d'enseignes de qualité qui puissent s'intégrer dans leur environnement. Cela passe notamment par une insertion selon les caractéristiques architecturales du bâtiment, absentes du précédent RLP.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 2.2</p>				
Retrait des dispositifs	Règles du code de l'environnement				
	<p>Justification : les règles du code de l'environnement pour le retrait des dispositifs sont ici reprises.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 2.3</p>				
Installée sur façade	Règles du code de l'environnement				
	<p>Justification : les règles du code de l'environnement fixent un seuil pour la surface cumulée des enseignes installées sur façade. Il n'a pas été jugé nécessaire de réglementer davantage cette surface.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1.</p>				
Enseigne en bandeau	<p>L'enseigne en bandeau doit être installée dans l'emprise du rez-de-chaussée où l'activité s'exerce.</p> <p>Lorsque l'enseigne est composée d'un bandeau support, les inscriptions, formes ou images ne peuvent pas excéder les limites du bandeau support.</p> <p>Les enseignes en bandeau ne peuvent présenter une saillie de</p>	<p>L'enseigne constituée d'inscriptions, formes ou images découpées et fixées directement sur la façade de l'immeuble est fortement encouragée. L'utilisation de bandeau support est autorisée à condition que ce dernier s'intègre à la façade de l'immeuble qui le supporte.</p>	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	<p>L'enseigne peut figurer sur une ou deux lignes maximum.</p> <p>Lorsque l'enseigne figure sur une ligne la hauteur ou le diamètre maximum de celle-ci ne doit pas excéder 50 centimètres.</p> <p>Lorsque l'enseigne figure sur deux lignes, l'enseigne principale devra être constituée d'inscriptions, formes ou</p>

	<p>plus de 25 centimètres par rapport au nu extérieur de la façade.</p>	<p>Elle peut figurer sur une ou deux lignes maximum :</p> <p>Lorsque l’enseigne figure sur une ligne la hauteur ou le diamètre maximum de celle-ci ne doit pas excéder 50 centimètres.</p> <p>Lorsque l’enseigne figure sur deux lignes, la première ligne constitue l’enseigne principale et doit être d’une hauteur ou d’un diamètre maximale de 40 centimètres et la seconde ligne constitue l’enseigne secondaire : les inscriptions, formes ou images ne peuvent avoir une hauteur supérieure à 25 centimètres.</p>			<p>images d’une hauteur ou d’un diamètre maximum de 40 centimètres.</p> <p>L’enseigne secondaire devra être constituée d’inscriptions, formes ou images d’une hauteur ou d’un diamètre maximum de 25 centimètres.</p> <p>L’utilisation de bandeau support est autorisé. Ce dernier devra toutefois s’intégrer harmonieusement à la façade, ne recouvrir aucun élément constitutif de celle-ci et respecter les lignes de compositions de la façade.</p>
	<p>Justification : ces mesures ont pour objectif d’obtenir des enseignes en bandeau de qualité et qui s’inscrivent dans leur environnement architectural.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>	<p>Justification : apporter des règles pour les enseignes en bandeau en ZE1 répond à l’objectif d’avoir des linéaires commerciaux de qualité et qui s’inscrivent dans leur environnement architectural. De plus, ces dispositions participent à la mise en valeur des séquences bâties de centre-ville repérées au niveau du PLU.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Objectif 2 ; Orientation 2.2 ; Orientation 2.3</p>			<p>Justification : apporter des règles pour les enseignes en bandeau en ZE4 s’inscrit dans l’objectif de préserver le caractère résidentiel de la zone, tout en prenant en compte les différents enjeux patrimoniaux de ce secteurs allant de la labellisation UNESCO, de la protection au titre des Monuments Historiques à la mise ne valeur du patrimoine de la commune repéré dans le Plan Local d’Urbanisme.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>

<p>Enseigne en applique</p>	<p>Règles du code de l'environnement</p> <p>L'utilisation de plaque support est autorisée sous réserve de ne pas nuire aux éléments architecturaux de la façade. Une seule plaque support est autorisée par établissement et par voie ouverte à la circulation. Sa superficie ne peut excéder 2m² par support.</p> <p>L'enseigne en applique doit être dédiée uniquement à la présentation des heures d'ouverture de l'établissement, des coordonnées de l'activité et/ou à lister les activités présentes dans un immeuble</p> <p>Justification : autoriser l'implantation d'enseigne sur applique permet au commerçant d'apporter des informations complémentaires sur son activité autre que sur une enseigne en bandeau ou perpendiculaire.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>	<p>Dispositions générales</p>	<p>Règles du code de l'environnement</p>	<p>Dispositions générales</p>	<p>Dispositions générales</p>
<p>Enseigne sur lambrequin</p>	<p>Règles du code de l'environnement</p> <p>Les inscriptions, formes ou images seront d'une hauteur maximale de 25cm ; les enseignes sur lambrequin doivent mentionner uniquement le nom commercial de</p>	<p>Dispositions générales</p>	<p>Règles du code de l'environnement</p>	<p>Dispositions générales</p>	<p>Dispositions générales</p>

	<p>l'établissement. Elles ne peuvent dépasser les limites du lambrequin.</p> <p>Justification : autoriser l'implantation d'enseigne sur lambrequin permet au commerçant d'apporter des informations complémentaires sur son activité autre que sur une enseigne en bandeau ou perpendiculaire.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>				
Enseigne perpendiculaire	<p>Règles du code de l'environnement Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par établissement et par voie ouverte à la circulation.</p> <p>Exception pour les buralistes avec deux enseignes (une principale et une secondaire qui regroupe plusieurs informations) Ne peut avoir une épaisseur supérieure à 10 centimètres.</p>	<p>Dispositions générales</p> <p>L'enseigne perpendiculaire à la façade doit présenter une surface maximale 60 centimètres sur 60 centimètres.</p> <p>L'enseigne perpendiculaire à la façade ne peut être installée à plus de 20 centimètres depuis le nu extérieur de la façade et doit présenter une épaisseur maximale de 10cm.</p>	Règles du code de l'environnement	Dispositions générales	<p>L'enseigne perpendiculaire à la façade doit présenter une surface maximum de 60 centimètres sur 60 centimètres.</p> <p>L'enseigne perpendiculaire à la façade ne peut présenter une saillie de plus de 20 centimètres, depuis le nu extérieur de la façade et doit présenter une épaisseur maximale de 10 centimètres.</p>
	<p>Justification : encadrer le nombre de dispositif d'enseigne perpendiculaire permet d'améliorer la qualité de la façade commerciale et la lisibilité de l'information tout en permettant la liberté d'expression. Concernant les buralistes, il a été choisi</p>	<p>Justification : encadrer le nombre de dispositif et la taille de l'enseigne perpendiculaire permet d'améliorer la qualité de la façade commerciale et la lisibilité de l'information tout en permettant la liberté</p>			<p>Justification : encadrer le nombre de dispositif et la taille d'enseigne perpendiculaire permet d'améliorer la qualité de la façade commerciale et la lisibilité de l'information tout en permettant la liberté d'expression. Les dispositions choisies ne diffèrent pas des dispositions du précédent RLP sauf</p>

	<p>d'autoriser une enseigne perpendiculaire supplémentaire afin que ces derniers puissent regrouper sur une même enseigne plusieurs informations (tabac, presse, loto, PME, etc).</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ;</p>	<p>d'expression. Les dispositions choisies ne diffèrent pas des dispositions du précédent RLP sauf concernant l'épaisseur de ces dispositifs qui est augmentée de 5cm.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Objectif 2 ; Orientation 1.2 ; Orientation 1.2</p>			<p>concernant l'épaisseur de ces dispositifs qui est augmentée de 5cm.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 1.2 ; Orientation 1.3</p>
Enseigne scellée au sol	<p>Règles du code de l'environnement</p> <p>N'est autorisée que pour les activités non visibles depuis l'espace public ou celles situées à plus de dix mètres par rapport à l'alignement de la voie ou pour tout regroupement de deux activités ou plus.</p> <p>Doit avoir une hauteur maximum de 4 mètres au-dessus du sol et une largeur maximale de 1,2 mètres.</p>	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement	<p>Dispositions générales</p> <p>Une enseigne est autorisée par établissement et par voie ouverte à la circulation.</p>	Dispositions générales
	<p>Justification : Afin de limiter la sur-implantation de ce type de dispositif, elles ne sont autorisées uniquement pour les activités situées loin de la voirie ou pour les regroupement d'activité.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ;</p>			<p>Justification : cette règle vient en cohérence avec les règles de densité applicables pour les autres types d'enseigne sur ces zones qui présentent peu d'intérêt patrimonial.</p>	

				Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 3.3	
Enseigne installée au sol	<p>Règles du code de l'environnement</p> <p>Une seule enseigne installée directement au sol est autorisée par établissement et par voie ouverte à la circulation.</p> <p>Elle ne peut avoir une hauteur supérieure à 1,20 mètres et une surface maximale d'1m².</p>	Dispositions générales	Règles du code de l'environnement générales	Dispositions générales	Dispositions générales
	<p>Justification : limiter le nombre et la taille de l'enseigne permet de limiter son impact dans l'environnement tout en permettant au commerçant de communiquer sur son activité. Ces dispositions rejoignent les dispositions concernant les publicités apposées au sol afin d'être cohérent dans l'écriture réglementaire du présent RLP.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1</p>				
Règles du code de l'environnement					

<p>Enseigne temporaire</p>	<p>Justification : les règles du code de l'environnement pour l'enseigne temporaire sont ici reprises. Il n'a pas été jugé nécessaire de réglementer davantage ce type de dispositif.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 2.3</p>				
<p>Enseigne lumineuse</p>	<p>Règles du code de l'environnement Les caissons lumineux, les enseignes numériques digitales sont interdites.</p> <p>Un dispositif par établissement et par voie ouverte à la circulation et leur surface ne doit pas excéder 1m². La surface cumulée des enseignes numériques en vitrine ne peut excéder 2m².</p> <p>Les enseignes numériques visibles depuis l'espace public et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial sont éteints 30 minutes après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.</p> <p>Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 23 heures et 6 heures du matin, ainsi que les jours où aucune activité n'est exercée.</p> <p>Lorsque l'activité cesse ou commence entre 22 heures et 6 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité de l'établissement et ne</p>	<p>Dispositions générales</p>	<p>Règles du code de l'environnement</p>	<p>Dispositions générales</p>	<p>Dispositions générales</p>

	<p>peuvent être allumées qu'une heure avant la reprise de cette activité.</p> <p>Justification : fixer des horaires d'extinction permet de contribuer d'une part à la réduction de la pollution lumineuse engendrée par la publicité extérieure mais aussi réduire la consommation d'énergie. Les plages horaires décidées permettent aux professionnels d'être visibles pendant leur activité ainsi que quelques minutes avant et après.</p> <p>Répond aux objectifs et orientations : Objectif 1 ; Orientation 4.1 ; Orientation 4.2 ; Orientation 4.4</p>				
Enseigne sur clôture	Interdite	Interdite	Règles du code de l'environnement	<p>Une enseigne sur clôture est autorisée par voie ouverte à la circulation d'une longueur allant jusqu'à 60 mètres. Au-delà de 60 mètres de longueur, une enseigne supplémentaire est autorisée par tranche de 60 mètres.</p>	Interdite
	Justification : les enseignes sur clôture peuvent être impactantes visuellement et esthétiquement.	Justification : les enseignes sur clôture peuvent être impactantes visuellement et esthétiquement. Leur usage	Justification : les règles du code de l'environnement sur les enseignes	Justification : permet de garantir une pleine visibilité	Justification : les enseignes sur clôture peuvent être impactantes visuellement et esthétiquement. Leur usage est interdit sauf pour les ZE2 et ZE3.

	<p>Leur usage est interdit sauf pour les ZE2 et ZE3.</p> <p><u>Répond aux objectifs et orientations</u> : Objectif 1 ;</p>	<p>est interdit sauf pour les ZE2 et ZE3.</p> <p><u>Répond aux objectifs et orientations</u> : Objectif 1 ;</p>	<p>en clôture sont ici reprises. Il n'a pas été jugé nécessaire de réglementer davantage ce type d'enseigne.</p> <p><u>Répond aux objectifs et orientations</u> : Objectif 1</p>	<p>des acteurs économiques.</p> <p><u>Répond aux objectifs et orientations</u> : Objectif 1 ;</p>	<p><u>Répond aux objectifs et orientations</u> : Objectif 1 ;</p>
--	---	--	---	--	--

4.4 Prise en compte des objectifs de la délibération de la prescription durant la procédure de révision du RLP

Dans sa délibération du 26 mai 2021, le conseil municipal détaillait les objectifs qu'il souhaitait mettre en place au travers de la révision du RLP. La manière dont est traité chacun de ces objectifs est présentée dans le tableau ci-dessous :

Objectifs de la délibération de la révision du RLP	Traitement dans le nouveau RLP
<p>Mettre à jour le RLP au regard des différentes évolutions législatives intervenues en la matière et notamment la loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'Environnement du 03 août 2009 et la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement et leurs différents décrets d'application qui ont été pris concomitamment et à la suite de l'élaboration du RLP.</p>	<p>La révision du RLP prend précisément en compte les évolutions législatives puisque son contenu est encadré par les nouvelles dispositions de la loi Grenelle 2, loi Climat et Résilience et des différents décrets apparus depuis l'élaboration du RLP, comme le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023.</p>
<p>Adapter le RLP aux évolutions technologiques intervenues depuis son approbation en 2011 notamment au regard des nouveaux formats des publicités, enseignes et préenseignes.</p>	<p>La loi Climat et Résilience laisse la possibilité au RLP de se saisir de la problématique des dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.</p> <p>De plus, le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 réduit la surface unitaire maximum des publicités et préenseignes, à 10,50m².</p> <p>Le nouveau règlement tient compte des évolutions technologiques survenues depuis 2011, en particulier celles mentionnées ci-dessus.</p>
<p>Prendre en compte dans le futur document la dimension patrimoniale locale, notamment au regard de l'inscription du Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais à l'UNESCO, mais aussi suite à la révision générale du PLU de la commune approuvé le 16 décembre 2020.</p>	<p>Une large partie de la commune est concernée par des périmètres de monuments historiques dans lesquels l'architecte des bâtiments de France est consulté pour l'installation des enseignes.</p> <p>De plus, les Monuments Historiques et leurs périmètres ont été retranscrits sur les deux plans de zonage.</p>

	<p>Enfin, le RLP impose aux publicités des caractéristiques de surface, d'implantation dont la rédaction a été dictée par la volonté de préserver la qualité du cadre de vie et la mise en valeur du patrimoine sur la commune</p>
<p>Articuler le RLP avec les différentes politiques mises en place aujourd'hui sur la commune et plus précisément en centre-ville avec l'Action Cœur de Ville (ACV), l'Opération Programmée de l'Amélioration de l'Habitat-Rénovation Urbaine (OPAH-RU) ou encore les prochaines campagnes de rénovation des façades en centre-ville.</p>	<p>Le règlement sur les enseignes prescrit un certain nombre de règles afin que ces dernières puissent respecter l'environnement dans lequel elles s'intègrent et plus particulièrement l'immeuble bâti.</p> <p>De plus, le règlement insiste également sur la suppression des enseignes non conformes au RLP ou à la réglementation nationale et des enseignes obsolètes.</p>
<p>Articuler le RLP autour de l'équilibre à trouver entre les besoins exprimés par les acteurs économiques et la nécessaire prise en compte des enjeux climatiques et du cadre de vie des habitants.</p>	<p>Le RLP intègre des règles concernant les enseignes et publicités lumineuses afin de limiter leur consommation énergétique.</p> <p>De plus, l'ensemble des règles édictées ont été pensées afin de préserver le cadre de vie et le paysage lensois tout en permettant la communication des acteurs économiques. C'est pourquoi, il a été décidé d'assouplir les dispositions dans les zones d'activité repérées dans le RLP, puisque ces dernières ne présentent que très peu d'enjeux patrimoniaux nécessitant des règles adaptées.</p>
<p>Réfléchir à l'adaptation de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) qui est aujourd'hui en place et recouvrée uniquement en matière de publicité et de préenseignes, afin d'en moduler son application en fonction des différents dispositifs (publicité, préenseigne ou enseigne).</p>	<p>La révision du RLP s'accompagne d'une réflexion sur la Taxe Locale sur la Publicité pour l'ensemble des dispositifs (publicités, préenseignes et enseignes).</p>

Commune de

LENS

Révision du Règlement Local de Publicité



Règlement écrit

ARRÊTÉ LE : 06/12/2023

APPROUVÉ LE : 19/06/2024

Dossier # 21076223-
LENS-819 #
16/05/2024

réalisé par



Auddicé Urbanisme
ZAC du Chevalement
5 rue des Molettes
59286 Roost-Warendin
03 27 97 36 39

TABLE DES MATIERES

TITRE I : PREAMBULE	3
Section 1 : Champ d'application	4
Section 2 : Objet du règlement	4
Section 3 : Définitions générales	4
Section 4 : Matériaux et entretien des dispositifs.....	4
Section 5 : Délais de mise en conformité	5
Section 6 – Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de préenseigne et d'enseigne.....	5
Section 7 – Infractions à la réglementation nationale et/ou locale	5
TITRE II : LEXIQUE	7
TITRE III : DISPOSITIONS GENERALES APPLICABLES AUX PUBLICITES ET AUX PREENSEIGNES	10
Section 1 : Délimitation des zones	11
Section 2 : Dispositions générales applicables à l'ensemble des zones	11
TITRE IV : DISPOSITIONS PARTICULIERES RELATIVES AUX PUBLICITES ET AUX PREENSEIGNES ET APPLICABLES A CHAQUE ZONE.....	18
Chapitre1 : Zone de publicité n°1 – Axes routiers et entrées de ville à enjeux.....	19
Chapitre 2 : Zone de publicité n°2 – Stade Bollaert Delelis.....	20
Chapitre 3 - Zone de publicité n°3 – Zones d'activités	21
Chapitre 4 - Zone de publicité n°4 – Autre zone agglomérée	22
TITRE V : DISPOSITIONS GENERALES APPLICABLES AUX ENSEIGNES.....	23
Chapitre1 : Délimitation des zones	24
Chapitre 2 : Dispositions générales applicables à l'ensemble des zones	24
TITRE VI : DISPOSITIONS PARTICULIERES RELATIVES AUX ENSEIGNES ET APPLICABLES A CHAQUE ZONE	34
Chapitre 1 : Zone d'enseigne n°1 – Linéaire commercial à enjeux.....	35
Chapitre 2 – Zone d'enseigne n°2 – Stade Bollaert-Delelis	37
Chapitre 3 : Zone d'enseigne n°3 – Zones d'activités	38
Chapitre 4 : Zone d'enseigne n°4 – Autre zone agglomérée	39

TITRE I : PREAMBULE

Section 1 : Champ d'application

En application des dispositions du code de l'environnement Livre V – Titre VIII (partie législative), le présent règlement adapte au contexte local la réglementation nationale. Les règles s'appliquent aux publicités, préenseignes et enseignes sur l'ensemble du territoire communal.

Section 2 : Objet du règlement

Il est institué sur le territoire de la commune de Lens, au sens du code de l'environnement, des zones qui soumettent les publicités, les préenseignes et les enseignes à des prescriptions particulières adaptant celles du régime général du code de l'environnement.

Toutes les dispositions de la réglementation nationale qui ne sont pas explicitement adaptées par le règlement local de publicité demeurent en vigueur et sont d'application directe.

Les articles du code de l'environnement cités dans ce règlement reprennent les dispositions législatives et réglementaires alors en vigueur lors de la rédaction dudit règlement. C'est pourquoi toute personne consultant ce règlement est invitée à prendre connaissance des dispositions du code de l'environnement afin de s'assurer que celle-ci n'ont pas évoluées.

De plus, dans les abords de monuments historiques, la consultation de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), en charge de veiller à l'insertion des dispositifs dans leur environnement, est rendue obligatoire selon les dispositions du code du patrimoine. Aussi, en abords de monuments historiques, l'accord de l'ABF sur les projets d'implantation de dispositifs de publicités, de préenseignes ou d'enseignes s'impose à la collectivité et prévaut face au présent RLP. En cas de désaccord avec l'avis conforme de l'ABF, l'autorité compétente en matière de police de l'affichage extérieur peut contester cet avis auprès du préfet de région.

Section 3 : Définitions générales

Publicité : « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir » (article L.581-3).

Préenseigne : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3).

Enseigne : « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3).

Publicité sur mobilier urbain : « le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction (...) supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence » (article R.581-42).

Section 4 : Matériaux et entretien des dispositifs

Les dispositifs de publicités, préenseignes et enseignes doivent s'inscrire dans leur environnement bâti et naturel ; ils ne doivent pas porter atteinte à ces environnements par leur implantation, leur taille ou leur forme. Les publicités, préenseignes et enseignes doivent être maintenues en bon état de propreté,

d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par les personnes ou les entreprises qui les exploitent ou par la personne exerçant l'activité qu'elle signale (article R.581-24 et article R.581-58).

Section 5 : Délais de mise en conformité

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, les dispositifs de publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) présents sur la commune de Lens qui ne sont pas conformes aux dispositions du règlement local de publicité doivent se mettre en conformité selon différents délais :

- Les enseignes ont un délai de 6 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du présent RLP à compter de la date de son entrée en vigueur.
- Les publicités et préenseignes ont un délai de 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du présent RLP à compter de la date de son entrée en vigueur.

Par ailleurs, les dispositifs non conformes aux dispositions antérieures au RLP, doivent se mettre en conformité immédiatement.

Section 6 – Compétence et instructions des dossiers de demande de publicité, de préenseigne et d'enseigne

Le maire de la commune est l'autorité compétente pour connaître de la réglementation relative à la publicité extérieure ainsi qu'à celle des enseignes.

Conformément au code de l'environnement, l'installation de publicités, préenseignes et enseignes est soumise au dépôt d'une déclaration préalable ou d'une autorisation préalable :

- L'installation d'un dispositif de publicité et de préenseigne est soumise au dépôt d'une déclaration préalable, à l'exception des dispositifs repris limitativement par le code de l'environnement pour lesquels le dépôt d'une autorisation préalable est nécessaire ;
- L'installation d'un dispositif d'enseigne est soumise au dépôt d'une autorisation préalable.

A noter, qu'en complément de cette déclaration ou autorisation, dans le cadre de travaux ayant pour objet de modifier l'aspect extérieur de la construction, il convient de déposer une demande de déclaration préalable de travaux ou de permis de construire conformément aux dispositions du code de l'urbanisme.

Section 7 – Infractions à la réglementation nationale et/ou locale

Lorsque l'autorité compétente en matière de police de la publicité extérieure constate une infraction à la réglementation nationale et/ou locale, elle est tenue de dresser un procès-verbal d'infraction.

Ce procès-verbal est transmis sans délai au procureur de la République territorialement compétent afin que ce dernier décide de l'opportunité des poursuites pénales suite à cette infraction.

En parallèle et conformément aux dispositions du code de l'environnement, l'autorité compétente en matière de police de la publicité extérieure est tenue de prendre un arrêté de mise en demeure demandant la suppression ou la mise en conformité du dispositif en infraction dans un délai de 5 jours compter de la notification dudit arrêté. Cet arrêté de mise en demeure mentionne le montant de l'astreinte administrative applicable si le contrevenant ne respecte pas les dispositions dudit arrêté.

Le montant de l'astreinte administrative est calculé sur la base des dispositions du code de l'environnement par jour et par dispositif en infraction. A titre d'exemple, en 2023, le montant de l'astreinte administrative s'élevait à 233,13€

TITRE II : LEXIQUE

Arête : l'arête représente l'angle formé par l'intersection de deux murs.

Bandeau support : un bandeau support est fixé au mur, sur lequel est également positionnée une enseigne en bandeau.

Caisson lumineux : un caisson lumineux est un dispositif qui intègre une source lumineuse à l'intérieur, éclairant ainsi le panneau qui supporte un dispositif de publicité extérieure.

Champ de visibilité : le champ de visibilité fait référence à la portée visuelle et à l'étendue de la visibilité d'un support publicitaire depuis un monument historique. Cette notion est reprise dans le code du patrimoine.

Chevalet : un chevalet est un type de support posé au sol sans ancrage. Installé sur le domaine public, le chevalet est constitutif d'une publicité ou d'une préenseigne. Installé sur l'unité foncière où s'exerce l'activité signalée, le chevalet est constitutif d'une enseigne posée au sol.

Clôture : une clôture est une enceinte qui est destinée à séparer deux propriétés.

Devanture commerciale : la devanture commerciale représente le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine. .

Dispositif lumineux : un dispositif lumineux est un dispositif au concours duquel participe une source lumineuse.

Dispositif numérique : un dispositif numérique est un dispositif lumineux qui a pour objet d'afficher des images dynamiques ou des vidéos.

Dispositif publicitaire : un dispositif publicitaire renvoie à un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Dispositif de publicité de dimensions exceptionnelles (article R.581-56 du code de l'environnement) : un dispositif de publicité de dimensions exceptionnelles est un dispositif utilisé pour des manifestations temporaires.

Dispositif installé au sol : un dispositif installé au sol est un dispositif ne présentant aucune fixation au sol.

Dispositif scellé au sol : un dispositif scellé au sol est ancré dans le sol au moyen d'un scellement durable.

Egout du toit : l'égout du toit correspond à la limite basse d'un toit sur laquelle ruissellent les eaux de pluie.

Enseigne en applique : une enseigne en applique représente une enseigne située sur la devanture commerciale apposée ou non sur un support bandeau. Elle est située en dessous de l'enseigne en bandeau.

Enseigne en bandeau : une enseigne en bandeau est située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

Enseigne en lambrequin : l'enseigne sur lambrequin est située sur l'avant d'un store-banne ou est située sur le lambrequin servant à la dissimulation des dispositifs de volets roulants.

Enseigne parallèle à la façade : l'enseigne parallèle à la façade est un dispositif posé à plat, parallèlement au mur qui la supporte.

Enseigne perpendiculaire à la façade : l'enseigne perpendiculaire à la façade est un dispositif qui est scellé au mur et positionné perpendiculairement à ce dernier.

Enseigne en façade : l'enseigne en façade désigne à la fois l'enseigne parallèle et l'enseigne perpendiculaire.

Façade commerciale : La façade commerciale se localise sur la partie de l'immeuble où se déroule une activité commerciale.

Immeuble : au sens juridique du terme, un immeuble désigne à la fois un terrain nu et un immeuble au sens d'une construction.

Monument historique : un monument historique est un meuble ou immeuble, qui, par une décision administrative, se voit adjoindre un cadre juridique visant à le protéger du fait de son intérêt historique, artistique ou architectural.

Mur aveugle : un mur aveugle est un mur qui ne contient aucune ouverture (c'est-à-dire qui ne comporte notamment ni porte, ni fenêtre).

Patrimoine UNESCO : le patrimoine de l'UNESCO désigne un ensemble de biens culturels et naturels présentant un intérêt exceptionnel pour l'héritage commun de l'humanité. En l'occurrence, le Bassin Minier du Nord-Pas-de-Calais dont fait partie la commune de Lens, a été inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO reconnaissant ainsi la valeur universelle exceptionnelle de ce paysage culturel dont il convient de protéger l'évolution.

PLU : le Plan Local d'Urbanisme est un document d'urbanisme qui traduit le projet d'aménagement à l'échelle d'une commune ou d'un regroupement de commune lorsque ce plan est un plan local d'urbanisme intercommunal. Le Plan Local d'Urbanisme vient donc réglementer l'usage des sols par différentes règles et prescriptions à respecter.

RLP : le Règlement Local de Publicité est un règlement qui a pour but de fixer des règles relatives aux publicités, enseignes et préenseignes à l'échelle d'une commune ou d'un regroupement de commune lorsque ce règlement est un règlement local de publicité intercommunal. Il est à noter que les règles contenues dans un RLP sont nécessairement plus strictes que celles figurant dans le RNP (voir définition du RNP ci-après). De plus, le code de l'environnement permet aux RLP de lever les interdictions relatives à l'implantation de publicité prévues selon l'article L.581-8.

RNP : le Règlement National de Publicité est un ensemble de dispositions législatives et réglementaires fixées dans le code de l'environnement et qui viennent réglementer au niveau national les différents dispositifs de publicités, d'enseignes ou de préenseignes.

Saillie : la saillie désigne la distance entre le dispositif et le nu extérieur de la façade.

Sobriété énergétique : la sobriété énergétique désigne la réduction de la consommation énergétique.

Unité foncière : ilot composé d'une ou de plusieurs parcelles appartenant au même propriétaire et d'un même tenant.

Vitrophanie : la vitrophanie est un autocollant appliqué sur une vitrine d'un commerce ou sur une baie de toute autre établissement.

Voie ouverte à la circulation : au sens de l'article R.581-1 du code de l'environnement, il s'agit d'une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

**TITRE III : DISPOSITIONS GENERALES
APPLICABLES AUX PUBLICITES ET AUX
PREENSEIGNES**

Section 1 : Délimitation des zones

Il est institué à l'échelle de la commune plusieurs zones où l'implantation de dispositifs de publicité et de préenseigne sont autorisés sous conditions :

- **Zone de Publicité n°1 (ZP1) - Axes routiers et entrées de ville à enjeux** : cette zone, matérialisée en jaune sur le plan annexé, concerne les axes et entrées de ville de grande circulation où ont été localisés dans leur majorité les dispositifs de publicité et de préenseigne ;
- **Zone de Publicité n°2 (ZP2) – Stade Bollaert-Delelis** : cette zone reprend l'emprise du Stade Bollaert-Delelis matérialisée en orange foncé sur le plan annexé
- **Zone de publicité n°3 (ZP3) – Zones d'activités** : cette zone matérialisée en bleu sur le plan annexé regroupe les zones d'activités économiques, artisanales et industrielles reprises par le Plan Local d'Urbanisme (PLU).

Au sein de ces trois zones, les dispositifs publicitaires et de préenseignes peuvent être implantés sous conditions particulières. Le reste du territoire n'appartenant pas à l'une de ces trois zones, fait partie de la quatrième et dernière zone où les dispositifs de publicité et de préenseigne sont interdits (hors publicité sur mobilier urbain), sauf cas spécifiques :

- **Zone de Publicité n°4 (ZP4) – Autre zone agglomérée** : cette zone matérialisée en gris sur le plan annexé comprend le reste du territoire de la commune de Lens.

Section 2 : Dispositions générales applicables à l'ensemble des zones

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, les publicités et préenseignes sont soumises au même régime. En conséquence, les dispositions énoncées dans le présent chapitre s'appliquent tant aux publicités qu'aux préenseignes. Les dispositions figurant à la suite de ce chapitre s'appliquent à l'ensemble des zones, sauf dispositions spéciales applicables dans chaque zone.

Article 1 : Interdictions

Dans le cadre du présent RLP, seuls les dispositifs de publicité et de préenseigne règlementés par ce dernier et par le code de l'environnement sont autorisés. En conséquence, tout dispositif non règlementé dans le cadre du code de l'environnement et du présent RLP est formellement interdit sur le territoire communal.

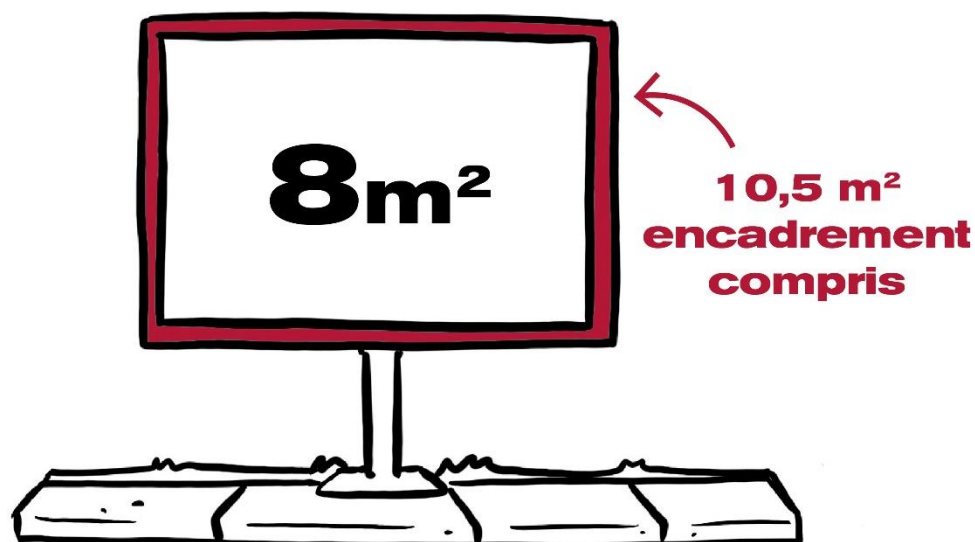
Article 2 : Dispositions relatives à la densité

Un seul dispositif de publicité ou de préenseigne est admis par unité foncière quel que soit le type de dispositif.

Article 3 : Dispositions relatives au format des dispositifs

Le format des publicités doit respecter les dispositions suivantes :

- Une surface utile (ou d'affichage) de 8m^2 maximum ;
- Une surface maximum de $10,50\text{m}^2$ encadrement compris.



Article 4 : Dispositions relatives aux dispositifs scellés au sol

Les dispositifs scellés au sol sont obligatoirement de type « mono-pied » et peuvent avoir une double face.

Cette disposition ne s'applique pas aux dispositifs de mobilier urbain.



Les dispositifs équipés d'une passerelle ou de tout autre élément technique sont interdits.



La hauteur maximale des dispositifs scellés au sol ne peut excéder 6 mètres au-dessus du niveau du sol naturel.

Article 5 : Dispositions relatives aux dispositifs installés directement au sol

Les dispositifs installés directement au sol sont interdits, sous réserve des dispositions particulières à chaque zone.

Toutefois, les dispositifs installés directement au sol de type chevalet sont autorisés dans les conditions suivantes :

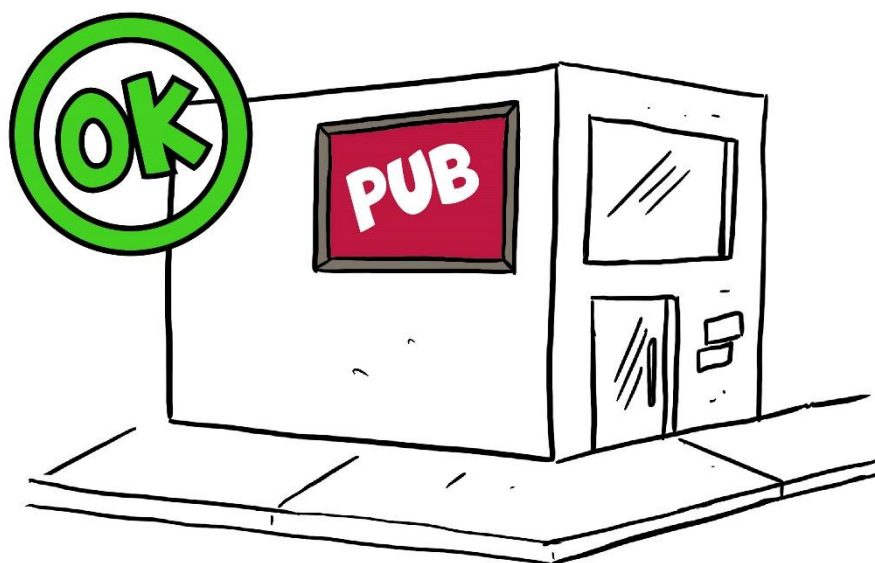
- Ces dispositifs doivent être installés uniquement devant l'établissement qui l'appose et aux horaires d'ouverture de l'établissement ;
- Ces dispositifs doivent respecter les différentes réglementations applicables, en se conformant au règlement de voirie en vigueur et en obtenant une autorisation temporaire d'occupation du domaine public ;
- Ces dispositifs doivent présenter une surface maximale d'1m² et une hauteur maximale d'1,20 mètres et peuvent être de double face ;
- Un seul dispositif installé directement au sol est autorisé par établissement et par voie ouverte à la circulation.



Article 6 : Dispositions relatives aux dispositifs apposés sur un mur

Les dispositifs apposés sur un mur ne peuvent être installés que sur un mur aveugle.

Les dispositifs apposés sur un mur ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol naturel ni dépasser les limites de l'égout du toit.



Le dispositif mural doit être installé à une distance de 0,25 mètres par rapport aux arêtes du mur et présenter une saillie inférieure ou égale à 0,25 mètres par rapport à ce même mur.



Article 7 : Dispositions relatives au mobilier urbain pouvant supporter de la publicité

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le présent RLP.

Il est rappelé, conformément aux dispositions du code de l'environnement, que le mobilier urbain peut « à titre accessoire » supporter de la publicité.

Les dispositifs numériques sont autorisés.

Conformément au code de l'environnement, le mobilier urbain supportant de la publicité est limitativement énuméré :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifés sur le domaine public ;
- Les colonnes porte-affichages ;
- Les mâts porte-affichages ;
- Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaire.



Figure 1. Source : Guide national sur la publicité extérieure, 2014

La publicité supportée par le mobilier urbain ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8m². Cette disposition ne concerne que les mobiliers urbains d'information prévus à l'article R.581-47 du code de l'environnement.

Article 8 : Dispositions relatives à l'affichage d'opinion

Les emplacements réservés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont implantés selon les modalités fixées par le code de l'environnement.

Article 9 : Dispositions relatives aux bâches de chantier, bâches publicitaires et aux dispositifs de dimensions exceptionnelles et de petits formats

Article 9.1 : Bâches

Conformément au code de l'environnement, la catégorie des bâches comprend :

- Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité, installées 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.

Les bâches de chantiers sont autorisées dans l'ensemble des zones du RLP dans les conditions fixées par le code de l'environnement.

Les bâches publicitaires sont interdites, sous réserve des dispositions applicables à chaque zone.

Article 9.2 : Dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles peuvent être autorisés par arrêté municipal au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de site et sous réserve du respect des autres dispositions du code de l'environnement et seulement sur les équipements publics et sportifs.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique sont interdits.

Article 9.3 : Dispositifs de petit format

Les dispositifs de petit format sont autorisés.

Conformément au code de l'environnement, ils ne pourront excéder une surface unitaire d'1m². De plus, leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2m².

Article 10 : Dispositions relatives à la publicité sur véhicule terrestre

La publicité sur véhicule terrestre exclusivement équipé pour diffuser de la publicité est interdite.

La publicité numérique ou lumineuse sur véhicule terrestre est interdite.

Article 11 : Dispositions relatives aux dispositifs lumineux

Dans le cadre du présent règlement, il est entendu en tant que dispositifs lumineux, les dispositifs éclairés par projection ou transparence, les dispositifs numériques et tout autre dispositif au concours duquel participe une source lumineuse.

Seuls les dispositifs éclairés par projection ou transparence sont autorisés, à l'exception du mobilier urbain et des dispositifs de publicités installés à l'intérieur d'un local commercial qui peuvent être numériques.

L'ensemble des dispositifs lumineux doivent être éteints entre 23h et 6h.

Toutefois, les dispositifs lumineux sur abribus sont éteints 30 minutes après la fin du service et peuvent être allumés 30 minutes avant le début du service.

De plus, les dispositifs lumineux de publicité visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et se situant à l'intérieur d'un local à usage commercial doivent être éteints 30 minutes après la fermeture du commerce et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.

Ces derniers sont limités à un dispositif par commerce et par voie ouverte à la circulation, ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 2m² et une surface cumulée supérieure à 4m².

Article 12 : Dérogation à l'article L.581-8 du code de l'environnement

Par dérogation à l'article L.581-8 du code de l'environnement et conformément à ce dernier, la publicité sur mobilier urbain est autorisée aux abords des monuments historiques.

**TITRE IV : DISPOSITIONS PARTICULIERES
RELATIVES AUX PUBLICITES ET AUX
PREENSEIGNES ET APPLICABLES A CHAQUE ZONE**

Chapitre1 : Zone de publicité n°1 – Axes routiers et entrées de ville à enjeux

Lorsqu'aucune disposition spécifique n'est applicable, il convient de se référer aux dispositions générales ainsi qu'à celles du code de l'environnement.

Article unique : Dispositions relatives à la densité

Les dispositions générales du présent règlement s'appliquent.

La pose d'un dispositif de publicité est interdite sur les unités foncières au linéaire inférieur à 60m.

Chapitre 2 : Zone de publicité n°2 – Stade Bollaert Delelis

Les dispositions générales du présent règlement ne sont pas applicables à cette zone. Seules les dispositions du code de l'environnement s'appliquent.

Chapitre 3 - Zone de publicité n°3 – Zones d'activités

Les dispositions générales du présent règlement s'appliquent.

Chapitre 4 - Zone de publicité n°4 – Autre zone agglomérée

Lorsqu'aucune disposition n'est adaptée, il conviendra de se référer aux dispositions générales et à celles du code de l'environnement.

Article 1 : Dispositions relatives aux dispositifs scellés au sol

Les dispositifs scellés au sol sont interdits.

Article 2 : Dispositions relatives aux dispositifs installés au sol

Les dispositions générales du présent règlement s'appliquent.

Article 3 : Dispositions relatives aux dispositifs apposés au mur

Les dispositifs apposés au mur sont interdits.

Article 4 : Dispositions relatives aux mobiliers urbains pouvant supporter de la publicité

Les dispositions générales du présent règlement s'appliquent.

Article 5 : Dispositions relatives aux bâches de chantier, bâches publicitaires et aux dispositifs de dimensions exceptionnelles et de petits formats

Article 5.1 : Bâches

Les bâches de chantier sont autorisées dans les conditions prévues par les dispositions générales du présent règlement.

Les bâches publicitaires sont interdites.

Article 5.2 : Dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont autorisés dans les conditions prévues par les dispositions générales du présent règlement.

Article 5.3 : Dispositifs de petits formats

Les dispositifs de petits formats sont autorisés dans les conditions prévues par les dispositions générales du présent règlement.

Article 6 : Dispositions relatives aux dispositifs lumineux

Les dispositifs lumineux sont autorisés sous réserve de respecter les dispositions générales et les dispositions particulières du présent règlement.

TITRE V : DISPOSITIONS GENERALES APPLICABLES AUX ENSEIGNES

Chapitre 1 : Délimitation des zones

Il est institué à l'échelle de la commune de Lens plusieurs zones où les implantations de dispositifs d'enseignes sont réglementées :

- **Zone d'Enseigne n°1 (ZE1) – Linéaire commercial à enjeux** : cette zone matérialisée en lignes vertes sur le plan annexé reprend plusieurs rues présentant des enjeux spécifiques en matière de redynamisation commerciale ainsi que de mise en valeur du patrimoine ;
- **Zone d'Enseigne n°2 (ZE2) – Stade Bollaert-Delelis** : cette zone matérialisée en rouge sur le plan annexé reprend l'emprise du Stade Bollaert-Delelis ;
- **Zone d'Enseigne n°3 (ZE3) – Zones d'activités** : cette zone matérialisée en bleu sur le plan annexé regroupe les zones d'activités économiques, artisanales et industrielles reprises dans le PLU ;
- **Zone d'Enseigne n°4 (ZE4) – Autre zone agglomérée** : cette zone représentée en gris sur le plan annexé comprend le reste du territoire de la commune de Lens.

Chapitre 2 : Dispositions générales applicables à l'ensemble des zones

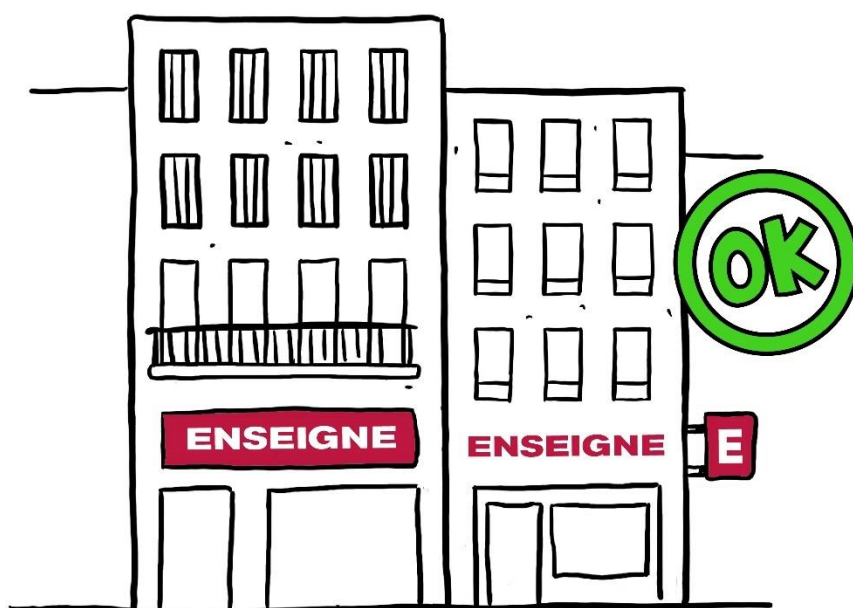
Article 1 : Interdictions

Dans le cadre du présent RLP, seuls les dispositifs d'enseigne règlementés par ce dernier et par le code de l'environnement sont autorisés. En conséquence, tout dispositif non règlementé dans le cadre du code de l'environnement et du présent RLP est formellement interdit sur le territoire communal.

Article 2 : Intégration environnementale et architecturale

Les matériaux et couleurs de l'enseigne doivent s'intégrer à l'immeuble et à l'environnement immédiat dans lesquels elle s'installe. La position, la taille et l'apparence de l'enseigne ne doivent pas compromettre l'architecture du bâtiment sur lequel elle est installée et ne doivent recouvrir aucun élément architectural de la façade. L'enseigne devra être installée dans la continuité et en accord avec les lignes de composition de la façade de l'immeuble.

L'implantation d'une enseigne ne peut s'effectuer que sur la partie de la façade où l'activité signalée s'exerce. En aucun cas une enseigne ne pourra être apposée sur la partie de l'immeuble où s'effectue l'entrée des habitations.



Les enseignes doivent être constituées de matériaux durables et doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement.

Article 3 : Retrait des dispositifs

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, lorsque l'activité signalée a cessé, tous les dispositifs d'enseigne doivent être retirés dans un délai de 3 mois suivant la cessation de l'activité signalée. Passé ce délai, le maintien des enseignes est constitutif d'une infraction au code de l'environnement et fera l'objet d'une procédure contentieuse (cf. Titre I – Section 7).

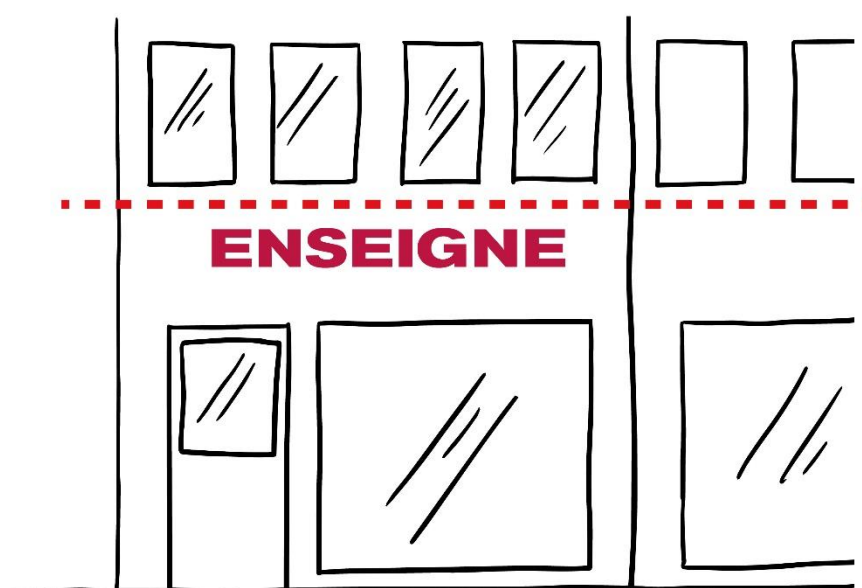
Article 4 : Dispositions relatives aux enseignes installées sur façade

Les enseignes (tout type d'enseignes installé sur la façade) apposées sur la façade d'un établissement (quelle que soit la nature de l'établissement), ne peuvent pas avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25% lorsque la façade de l'établissement est inférieure à 50m².

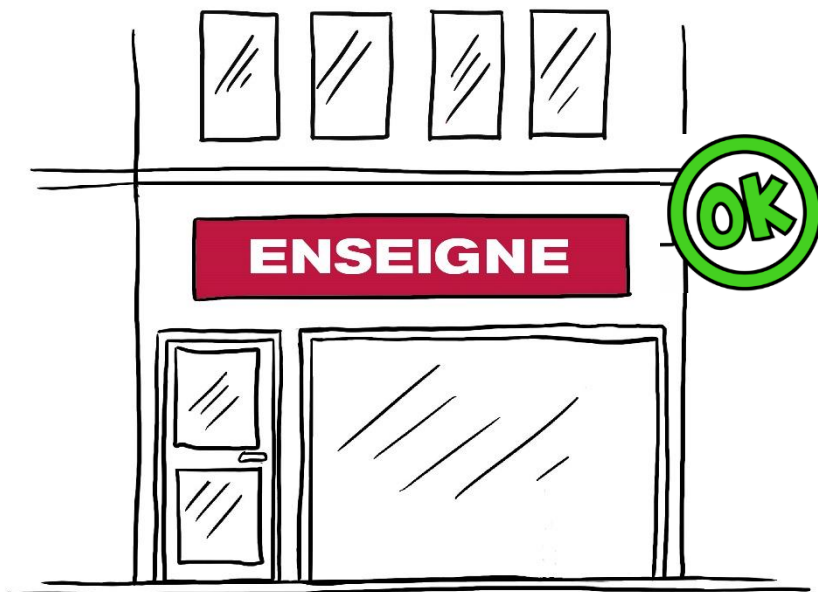
Article 5 : Dispositions relatives aux enseignes parallèles à la façade

Article 5.1 : Enseignes en bandeau

L'enseigne en bandeau doit être installée dans l'emprise du rez-de-chaussée où l'activité s'exerce.



Lorsque l'enseigne est composée d'un bandeau support, les inscriptions, formes ou images ne peuvent pas excéder les limites du bandeau support.



Les enseignes en bandeau ne peuvent présenter une saillie de plus de 25 centimètres par rapport au nu extérieur de la façade.

Article 5.2 : Enseignes en applique

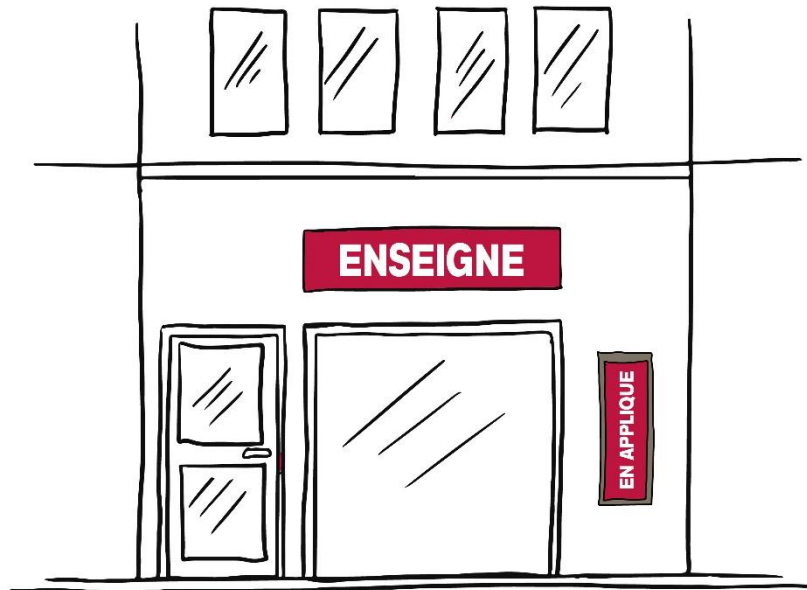
Les enseignes en applique sont admises.

Lorsque la vitrophanie est appliquée sur la surface extérieure des vitres, elle est constitutive d'une enseigne. Par conséquent, les règles relatives aux enseignes en applique s'appliquent.

Les enseignes en applique sont situées sur la vitrine de l'établissement ou à plat sur la façade.

L'utilisation de plaque support est autorisée sous réserve de ne pas nuire aux éléments architecturaux de la façade. Une seule plaque support est autorisée par établissement et par voie ouverte à la circulation. Sa superficie ne peut excéder 1m² par support.

L'enseigne en applique doit être dédiée uniquement à la présentation des heures d'ouverture de l'établissement, des coordonnées de l'activité (exploitant) et/ou à lister les activités présentes dans l'immeuble.



Article 5.3 : Enseignes sur lambrequin et sur lambrequin de store-bannes

Les enseignes sur lambrequin sont autorisées. Les inscriptions, formes ou images présentent une hauteur maximale de 25cm ; les enseignes sur lambrequin doivent mentionner uniquement le nom commercial de l'établissement. Elles ne peuvent dépasser les limites du lambrequin.



Article 6 : Dispositions relatives aux enseignes perpendiculaires à la façade (ou en drapeau)

Une seule enseigne perpendiculaire est autorisée par établissement et par voie ouverte à la circulation.

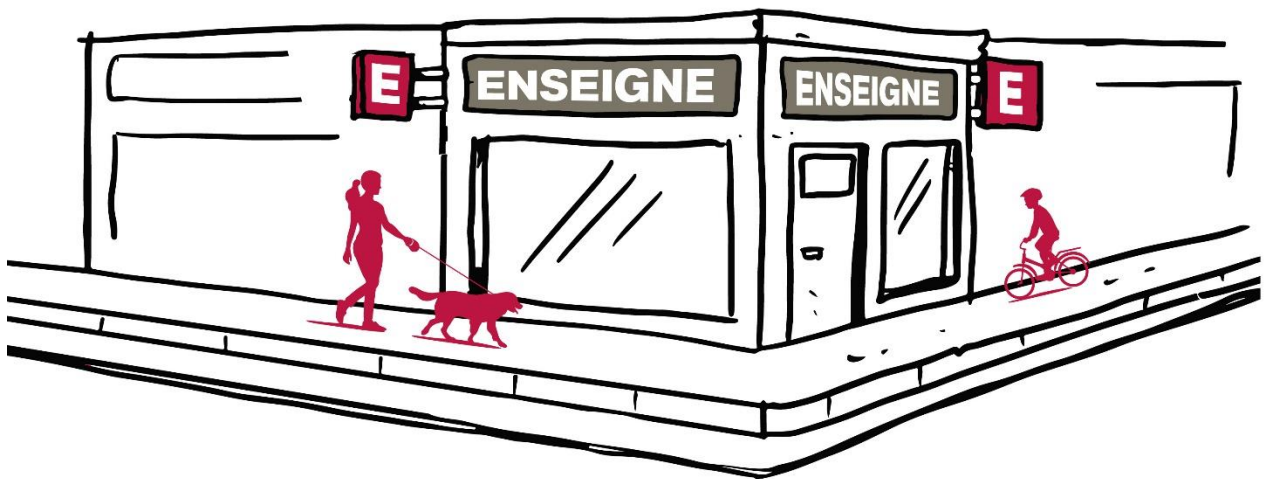
Par exception, pour les buralistes, deux enseignes perpendiculaires maximum sont autorisées le long de chaque voie ouverte à la circulation : une enseigne principale ainsi qu'une enseigne secondaire regroupant plusieurs informations (tabac, presse, PMU...).



L'enseigne perpendiculaire doit être installée dans l'emprise du rez-de-chaussée où l'activité s'exerce et dans la continuité de l'enseigne en bandeau.

En aucun cas le dispositif ne devra constituer un obstacle à la bonne circulation des biens et des personnes.

Les enseignes perpendiculaires ne peuvent avoir une épaisseur supérieure à 10 centimètres.



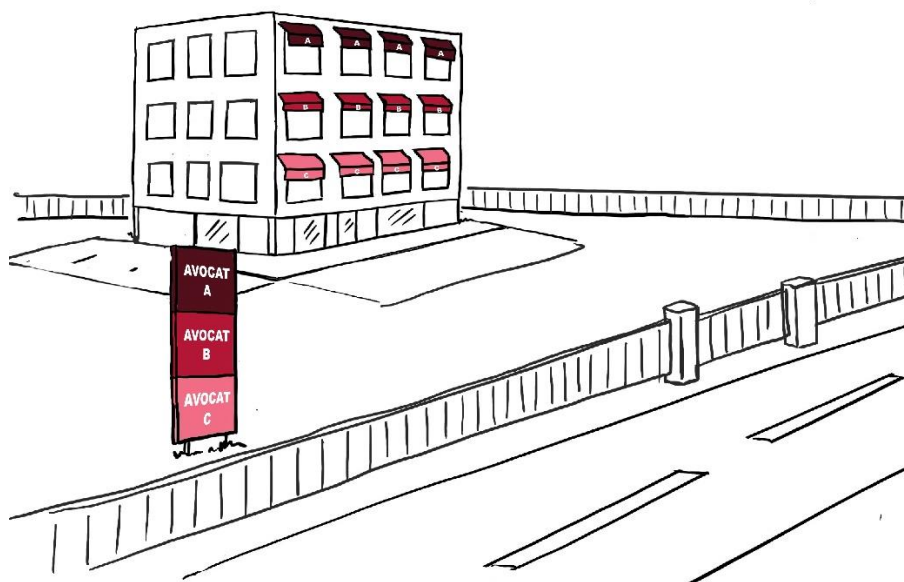
Article 7 : Dispositions relatives aux enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol sont interdites.

Toutefois, pour les activités non visibles depuis l'espace public ou celles situées à plus de dix mètres par rapport à l'alignement de la voie ou pour tout regroupement de deux activités ou plus, les enseignes scellées au sol sont autorisées, tout en respectant les conditions générales et les conditions particulières relatives à chaque zone.

Les enseignes scellées au sol doivent avoir une hauteur maximum de 4 mètres au-dessus du sol et une largeur maximale de 1,2 mètres.

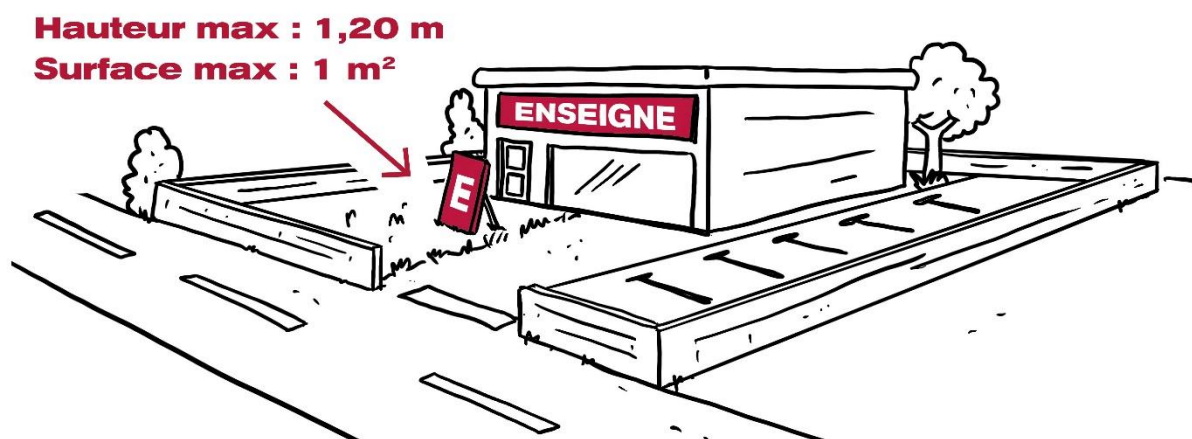
Ces dispositions ne s'appliquent pas pour les panneaux des stations-services servant à l'affichage des prix des carburants.



Article 8 : Dispositions relatives aux enseignes installées directement au sol

Les enseignes installées directement au sol sont autorisées sur l'unité foncière où s'exerce l'activité signalée. Une seule enseigne installée directement au sol est autorisée par établissement et par voie ouverte à la circulation.

Les enseignes installées directement au sol ne peuvent avoir une hauteur supérieure à 1,20 mètres et une surface maximale d'1m².



Les chevalets installés sur domaine public ne sont pas constitutifs d'une enseigne installée au sol mais d'une publicité ou d'une préenseigne installée directement au sol et sont donc soumises aux dispositions générales et particulières relatives aux publicités et préenseignes installées directement au sol du présent règlement (Titre III – Article 5).

Article 9 : Dispositions relatives aux enseignes temporaires

Les dispositions du code de l'environnement s'appliquent.

Article 10 : Dispositions relatives aux enseignes lumineuses

Dans le cadre du présent règlement, il est entendu comme une enseigne lumineuse, toute enseigne au concours de laquelle participe une source lumineuse.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des services d'urgence et des pharmacies.

Les enseignes lumineuses sont régies par les mêmes dispositions que pour les enseignes non lumineuses, complétées des dispositions suivantes :

Les caissons lumineux, les enseignes numériques et les enseignes digitales sont interdites.

Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'un local à usage commercial et visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique sont autorisées à raison d'un dispositif par établissement et par voie ouverte à la circulation et leur surface ne doit pas excéder 1m². La surface cumulée de ces enseignes ne peut excéder 2m².

Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'un local à usage commercial et visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique sont éteintes 30 minutes après la fermeture de l'établissement et peuvent être allumés 30 minutes avant l'ouverture du commerce.

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 23 heures et 6 heures du matin, ainsi que les jours où aucune activité n'est exercée.

Toutefois, lorsque l'activité cesse ou commence entre 22 heures et 6 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité de l'établissement et ne peuvent être allumées qu'une heure avant la reprise de cette activité.

Les dispositifs doivent respecter les seuils de luminance fixées par la réglementation nationale en vigueur.

**TITRE VI : DISPOSITIONS PARTICULIERES
RELATIVES AUX ENSEIGNES ET APPLICABLES A
CHAQUE ZONE**

Chapitre 1 : Zone d'enseigne n°1 – Linéaire commercial à enjeux

Cette zone est signalée par des lignes vertes qui indiquent les rues abritant une concentration de commerces et méritant une attention particulière. Par conséquent, toutes les enseignes situées sur une unité foncière bordant ces rues sont soumises au présent chapitre.

Lorsqu'aucune disposition n'est adaptée, il conviendra de se référer aux dispositions générales et à celles du code de l'environnement.

Article 1 : Dispositions relatives aux enseignes parallèles à la façade

Article 1.1 : Dispositions relatives aux enseignes en bandeau

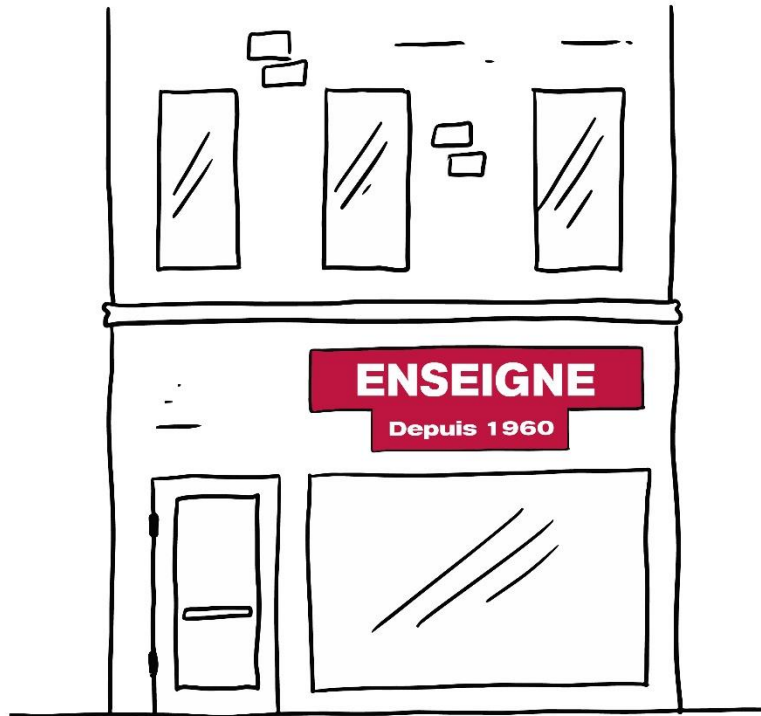
La pose d'enseigne constituée d'inscriptions, formes ou images découpées et fixées directement sur la façade de l'immeuble qui les accueille est fortement encouragée. Toutefois, l'utilisation de bandeau support est autorisée à condition que ce dernier s'intègre à la façade de l'immeuble qui le supporte. Elles peuvent figurer sur une ligne ou deux lignes maximum.

Lorsque les enseignes parallèles à la façade figurent sur une ligne :

- Elles doivent être constituées d'inscriptions, formes ou images découpées (disposées sur entretoise ou taquet) d'une hauteur ou d'un diamètre (dans le cas d'un cercle) maximum de 50 centimètres et fixées directement sur la façade de l'immeuble ou sur le bandeau support ;

Lorsque les enseignes parallèles à la façade figurent sur deux lignes maximum :

- La première ligne constitue l'enseigne principale et doit être constituée d'inscriptions, formes ou images découpées (disposées sur entretoise ou taquet) d'une hauteur ou d'un diamètre (dans le cas d'un cercle) maximale de 40 centimètres et fixées directement sur la façade de l'immeuble ou sur le bandeau support ;
- La seconde ligne constitue l'enseigne secondaire : les inscriptions, formes ou images ne peuvent avoir une hauteur ou un diamètre (dans le cas d'un cercle) supérieure à 25 centimètres ;
- La première et la seconde ligne peuvent également être réalisées à l'aide d'inscriptions, formes ou images peintes directement sur le support ou la façade et devront respecter les dispositions précédentes.



Article 1.2 : Dispositions relatives aux dispositifs en applique

Les dispositions générales du présent règlement s'appliquent.

Article 1.3 : Dispositions relatives aux dispositifs sur lambrequin

Les dispositions générales du présent règlement s'appliquent.

Article 2 : Dispositions relatives aux enseignes perpendiculaires à la façade

L'enseigne perpendiculaire à la façade doit présenter une surface maximale 60 centimètres sur 60 centimètres.

L'enseigne perpendiculaire à la façade ne peut être installée à plus de 20 centimètres depuis le nu extérieur de la façade et doit présenter une épaisseur maximale de 10 centimètres.

Chapitre 2 – Zone d’enseigne n°2 – Stade Bollaert-Delelis

Les dispositions générales du présent règlement ne sont pas applicables à cette zone. Seules les dispositions du code de l’environnement s’appliquent.

Chapitre 3 : Zone d'enseigne n°3 – Zones d'activités

Les dispositions générales du présent règlement ne sont pas applicables à cette zone. Seules les dispositions du code de l'environnement s'appliquent, complétées des dispositions suivantes :

Article 1 : Dispositions relatives aux enseignes scellées au sol

Une seule enseigne scellée au sol est autorisée par établissement et par voie ouverte à la circulation.

Les enseignes scellées au sol ne peuvent s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol et ne peuvent présenter une largeur supérieure à 1,20 mètres.

Article 2 : Dispositions relatives aux enseignes installées sur clôture

Une enseigne sur clôture aveugle ou non est autorisée par voie ouverte à la circulation d'une longueur allant jusqu'à 60 mètres. Au-delà de 60 mètres de longueur, une enseigne supplémentaire est autorisée par voie ouverte à la circulation publique par tranche de 60 mètres.

Chapitre 4 : Zone d'enseigne n°4 – Autre zone agglomérée

Lorsqu'aucune disposition n'est adaptée, il conviendra de se référer aux dispositions générales et à celles du code de l'environnement.

Article 1 : Dispositions relatives aux enseignes parallèles à la façade

Article 1.1 : Dispositions relatives aux dispositifs en bandeau

Les enseignes peuvent figurer sur une ou deux lignes maximum.

L'utilisation de bandeau support est autorisé. Ce dernier devra toutefois s'intégrer harmonieusement à la façade, ne recouvrir aucun élément constitutif de celle-ci et respecter les lignes de compositions de la façade.

Lorsque les enseignes parallèles à la façade figurent sur une ligne, elles doivent être constituées d'inscriptions, formes ou images d'une hauteur ou d'un diamètre (dans le cas d'un cercle) maximum de 50 centimètres.

Lorsque l'enseigne figure sur deux lignes, l'enseigne principale devra être constituée d'inscriptions, formes ou images d'une hauteur ou d'un diamètre (dans le cas d'un cercle) maximum de 40 centimètres.

L'enseigne secondaire devra être constituée d'inscriptions, formes ou images d'une hauteur ou d'un diamètre (dans le cas d'un cercle) maximum de 25 centimètres.

Article 1.2 : Dispositions relatives aux dispositifs en applique

Les dispositions générales du présent règlement s'appliquent.

Article 1.3 : Dispositions relatives aux dispositifs sur lambrequin

Les dispositions générales du présent règlement s'appliquent.

Article 2 : Dispositions relatives aux enseignes perpendiculaires à la façade

L'enseigne perpendiculaire à la façade doit présenter une surface maximum de 60 centimètres sur 60 centimètres.

L'enseigne perpendiculaire à la façade ne peut présenter une saillie de plus de 20 centimètres, depuis le nu extérieur de la façade et doit présenter une épaisseur maximale de 10 centimètres.

Vu pour être annexé à la délibération du 19/06/2024
approuvant les dispositions du Règlement Local de Publicité.

Fait à Lens,
Le Maire,



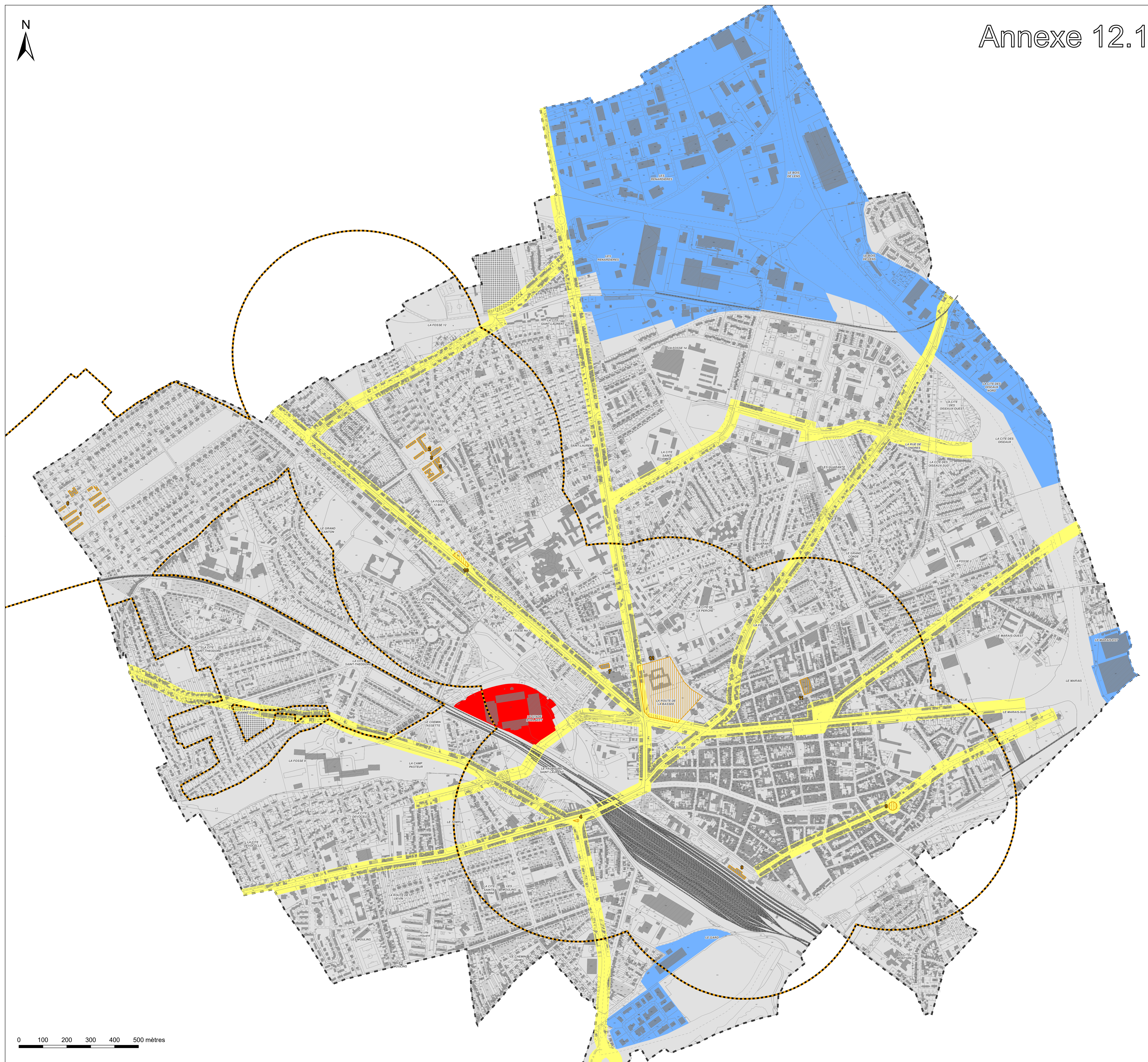
Réalisé le : 06/06/2024

APPROUVE LE : 19/06/2024



Légende

- Zonage de publicité et préenseigne :**
- ZP1 - Axes routiers et entrées de ville à enjeux
 - ZP2 - Stade Bollaert-Delelis
 - ZP3 - Zones d'activités
 - ZP4 - Autre zone agglomérée
- Monuments historiques :**
- Monument historique
 - Périmètre de protection autour des MH
- Liste des MH présents :**
- 1 - Cité n°11 école Pasteur et dispensaire
 - 2 - Eglise Saint-Edouard et son presbytère
 - 3 - Cité n°12 - Groupe Scolaire Jean Macé
 - 4 - Monument en hommage à Emile Basly
 - 5 - Logements des sœurs de la cité n°12
 - 6 - Cité n°11 presbytère et salle Saint-Pierre
 - 7 - Eglise du Millénum
 - 8 - Monuments aux morts de la Première Guerre Mondiale
 - 9 - Gare S.N.C.F. de Lens
 - 10 - Monument aux morts de la Compagnie des Mines de Lens
 - 11 - Maison Syndicale des mineurs et ancienne salle de cinéma « Le Cantin »
 - 12 - Anciens Grands Bureaux de la Compagnie des Mines de Lens



Vu pour être annexé à la délibération du 19/06/2024
approuvant les dispositions du Règlement Local de Publicité.

Fait à Lens,
Le Maire,



Réalisé le : 06/06/2024

APPROUVE LE : 19/06/2024



Légende

- Zonage d'enseigne :**
- ZE1 - Linéaire commercial à enjeux
 - ZE2 - Stade Bollaert-Delelis
 - ZE3 - Zones d'activités
 - ZE4 - Autre zone agglomérée
- Monuments historiques :**
- Monument historique
 - Périmètre de protection autour des MH
- Liste des MH présents :**
- 1 - Cité n°11 école Pasteur et dispensaire
 - 2 - Eglise Saint-Edouard et son presbytère
 - 3 - Cité n°12 - Groupe Scolaire Jean Macé
 - 4 - Monument en hommage à Emile Basly
 - 5 - Logements des sœurs de la cité n°12
 - 6 - Cité n°11 presbytère et salle Saint-Pierre
 - 7 - Eglise du Millénum
 - 8 - Monuments aux morts de la Première Guerre Mondiale
 - 9 - Gare S.N.C.F. de Lens
 - 10 - Monument aux morts de la Compagnie des Mines de Lens
 - 11 - Maison Syndicale des mineurs et ancienne salle de cinéma « Le Cantin »
 - 12 - Anciens Grands Bureaux de la Compagnie des Mines de Lens

