

affichée du 24/01/2023
au 25/02/2023

Envoyé en préfecture le 20/12/2022
Reçu en préfecture le 20/12/2022
Publié le 
ID : 076-200023414-20221214-C2022_0782-DE

Publiée le 21.12.2022



Réf dossier : 8626
N° ordre de passage : 27
N° annuel : C2022_0782

DÉLIBÉRATION RÉUNION DU CONSEIL DU 12 DÉCEMBRE 2022

Penser et aménager le territoire durablement - Planification urbaine - - Règlement Local de Publicité intercommunal de la Métropole Rouen Normandie : arrêt du projet et bilan de la concertation

Depuis sa création, la Métropole est compétente de plein droit pour élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).

Aussi, par délibération en date du 4 novembre 2019, le Conseil métropolitain a prescrit l'élaboration du RLPi sur l'ensemble de son territoire et défini les objectifs poursuivis, ainsi que les modalités de la concertation. Par délibération, également en date du 4 novembre 2019, la Métropole Rouen Normandie a parallèlement défini les modalités de collaboration avec les communes dans le cadre de l'élaboration de son RLPi.

Considérant leur impact sur le paysage, les publicités, enseignes et pré-enseignes sont soumises à une réglementation nationale inscrite dans le Code de l'Environnement (articles L 581-1 à L 581-45 et R 581-1 à R 581-88). En encadrant leur condition d'implantation, ce corpus de règles a vocation à favoriser la prise en compte et la protection de l'environnement et du cadre de vie.

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales et à la sensibilité urbaine et paysagère des différents espaces du territoire à l'échelle duquel il est élaboré et notamment :

- Instaurer des règles plus restrictives que la réglementation nationale, en fonction du zonage retenu
- Déroger à certaines interdictions
- Réglementer l'implantation des supports publicitaires et des enseignes pour aboutir à une maîtrise du développement de ces dispositifs sur le territoire.

Rappel des objectifs poursuivis par la Métropole dans le cadre de l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal :

L'objectif principal du premier RLP métropolitain est de réduire et maîtriser l'impact paysager et environnemental de l'affichage publicitaire sur son territoire, ainsi que d'appréhender cette thématique dans une approche métropolitaine.

Pour rappel, la délibération prescrivant l'élaboration du RLPi identifiait les principaux objectifs suivants :

- Adapter la réglementation nationale en matière de publicité en considérant les besoins et les intérêts des habitants, ainsi que les besoins de communication extérieure des acteurs économiques, institutionnels et culturels locaux, à concilier avec la protection du cadre de vie
- Adapter la réglementation nationale de la publicité et des enseignes, aux enjeux du territoire, en tenant compte des spécificités des 71 communes de la Métropole Rouen Normandie
- Établir des règles locales concernant les publicités, enseignes et pré-enseignes qui s'inscrivent dans le prolongement des orientations du PLU de la Métropole
- Prendre en compte les nouveaux modes de communication ainsi que les nouveaux procédés et moyens technologiques d'affichage publicitaire.

Par ailleurs le RLPi est un document de planification à part entière, porteur d'une vision et d'un projet pour le territoire ; le choix a ainsi été fait de concevoir le RLPi comme une déclinaison et un approfondissement du PLU métropolitain sur les champs de la protection des paysages, de l'environnement et du cadre de vie, et notamment de ses trois grandes orientations suivantes :

Pour une Métropole rayonnante et dynamique en :

- Participant au renforcement de l'attractivité résidentielle, par le maintien de l'animation de la vie locale, tout en limitant l'impact de la publicité sur le cadre de vie, y compris dans les secteurs de développement futur et grands projets urbains,
- Favorisant la vitalité de l'économie locale, en permettant aux acteurs économiques de se signaler au public, tout en limitant l'impact de la publicité sur le cadre de vie,
- Accompagnant le développement du tourisme par la mise en valeur et la promotion des richesses patrimoniales, naturelles et paysagères, tout en limitant l'impact de la publicité et des enseignes sur ces sites,
- Prenant en compte les besoins en communication extérieure des équipements culturels, sportifs ou autres et en prenant en compte les besoins spécifiques nécessaires à l'organisation des événements et manifestations culturels, sportifs ou autres, tout en encadrant la publicité inhérente,
- Prévoyant d'encadrer la publicité aux abords et au sein des secteurs de développement futur et de grands projets.

Pour une Métropole garante des équilibres et des solidarités en :

- S'appuyant sur les différentes typologies d'espaces urbains, naturels, agricoles et forestiers existants, pour moduler les possibilités d'affichage en trouvant une cohérence à l'échelle métropolitaine,
- Assurant des cheminements lisibles et confortables, en encadrant l'implantation des dispositifs publicitaires et des mobiliers urbains dans l'espace public (trottoirs, voiries partagées ...).

Pour un environnement de qualité et de proximité pour tous en :

- Prenant en compte la diversité et la richesse des milieux et paysages naturels, des espaces de

nature en ville ainsi que du patrimoine bâti, en limitant l'impact des dispositifs publicitaires et des enseignes sur ces éléments vecteurs d'identité et de qualité du cadre de vie,

- Prenant en compte les enjeux spécifiques des espaces appartenant au Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine Normande,
- Encadrant la prolifération des enseignes, pré-enseignes et panneaux publicitaires sur l'ensemble des entrées de ville, le long des axes majeurs de communication ainsi qu'aux abords et au sein des espaces à vocation d'activités économiques et commerciales,
- Régulant les implantations des dispositifs pour garantir leur bonne insertion paysagère et urbaine et en assurant des agencements de qualité sur l'ensemble du territoire,
- Limitant les pollutions lumineuses dans les aménagements publics, en sensibilisant les acteurs privés (entreprises et commerces) et en développant la sobriété énergétique de ces dispositifs.

Les modalités d'élaboration du projet de RLPi : un projet largement concerté et co-construit avec les communes

Projet majeur pour le territoire, portant les ambitions métropolitaines en faveur de la protection du cadre de vie, le RLPi est le fruit d'un travail collaboratif mené tout au long de son élaboration avec l'ensemble des parties prenantes : les 71 communes, les habitants, les acteurs concernés (personnes, organismes et associations compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements), les personnes publiques associées et consultées, ainsi que le Conseil de Développement Durable (CDD).

Le travail collaboratif avec les communes a été mis en place conformément au contenu de la délibération du 4 novembre 2019, faisant suite à la Conférence Métropolitaine des Maires du 15 octobre de la même année.

Depuis la prescription de l'élaboration du RLPi et tout au long de son processus d'élaboration, la collaboration avec les communes a notamment permis de :

- Partager les constats du diagnostic,
- Faire émerger les enjeux et définir les orientations générales du document,
- Établir les règles en matière de publicités, pré-enseignes et enseignes.

Les ateliers de travail avec les référents RLPi

Six sessions d'ateliers de travail ont été organisées avec les référents RLPi identifiés par chaque commune (élus et techniciens) pour suivre la démarche :

- Un atelier Diagnostic
- Un atelier Enjeux
- Un atelier Orientations
- Trois ateliers Règlement.

Ces ateliers ont été conçus et organisés sur des modes participatifs et collaboratifs pour offrir à chaque commune la possibilité de participer activement et concrètement aux travaux de construction du projet. Plus précisément, les formats retenus pour ces ateliers visaient à favoriser le

partage d'informations, l'expression de chacun, afin de contribuer à enrichir de manière itérative l'écriture des documents du RLPi.

Au total, 60 communes ont participé à ces ateliers. Par ailleurs, les communes ont eu la possibilité de s'impliquer tout au long de l'élaboration du projet et notamment en phase réglementaire, via des échanges bilatéraux, par mail ou visioconférence ainsi qu'au travers de questionnaires.

Les Conférences Locales des Maires

Organisées à l'échelle des 5 pôles de proximité, elles ont été mobilisées en novembre 2020 pour présenter les tenants et aboutissants de la démarche, avant le démarrage effectif des travaux.

La Commission Urbanisme et Habitat

Elle a été mobilisée les 17 mars 2021 et 9 mai 2022 pour rendre compte de l'état d'avancement des travaux d'élaboration du RLPi et présenter les orientations avant le débat en Conseil métropolitain.

Ce travail avec les communes a permis d'éclairer les choix et arbitrages du Comité de Pilotage Planification, instance décisionnelle pour l'élaboration du projet et la préparation des votes du Conseil métropolitain qui s'est réunie à 6 reprises (10 février, 19 mai, 18 novembre 2021, 17 mars, 23 juin, 18 octobre 2022) aux étapes-clés du projet, afin notamment de valider certaines modalités organisationnelles de la démarche, de porter les arbitrages nécessaires sur les enjeux, orientations et dispositions réglementaires remontant des échanges avec les communes et l'ensemble des publics et partenaires associés.

Le Conseil métropolitain

Il s'est réuni le 16 mai 2022 pour débattre des orientations du RLPi.

Les Conseils municipaux des 71 communes

Ils ont été sollicités par courrier en date du 7 juin 2022 et invités à débattre également des orientations générales du RLPi, comme le prévoit l'article L 153-12 du Code de l'Urbanisme.

Suite à l'arrêt du projet de RLPi, les communes seront :

- consultées sur le dossier de projet arrêté conformément à l'article L 153-15 du Code de l'Urbanisme,
- invitées en Conférence Métropolitaine des Maires pour une présentation des avis rendus par les communes, les PPA et les autres personnes consultées et du rapport de la Commission d'enquête, conformément à l'article L 153-21 du Code de l'Urbanisme.

L'association et la consultation des personnes publiques

Tout au long de la procédure, la Métropole a associé les Personnes Publiques Associées (PPA), en application de l'article L 132-7 du Code de l'Urbanisme.

L'État (notamment Préfecture, Direction Départementale des Territoires et de la Mer, Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement, Direction Régionale des Affaires Culturelles), le Conseil Départemental de la Seine-Maritime, la Région Normandie, le PNR des Boucles de la Seine Normande, la Chambre de Commerce et d'Industrie Seine Mer Normandie,

la Chambre des Métiers et de l'artisanat de la Seine-Maritime, la Chambre d'Agriculture de la Seine-Maritime et la SNCF Réseau ont ainsi été conviés à des réunions de présentation et d'échanges à toutes les étapes-clés de la démarche.

Les intercommunalités voisines ont également été conviées à participer aux travaux d'élaboration du RLPi : Communauté d'Agglomération Seine-Eure, Communauté d'agglomération Caux Seine Agglo, Communauté de communes Lyons Andelle, Communauté de communes Inter Caux Vexin, Communauté de communes Caux Austreberthe, Communauté de communes Yvetot Normandie, Communauté de communes Roumois Seine.

Cette association a pris corps lors de 3 réunions :

- 13 octobre 2021 : Présentation générale de la démarche d'élaboration du RLPi et de l'état d'avancement du diagnostic Cadre de vie et Publicité et échanges ;
- 7 mai 2022 : Présentation des orientations et échanges ;
- 28 septembre 2022 : Présentation des dispositions réglementaires du pré-projet de RLPi et échanges.

La concertation avec les acteurs locaux concernés par la démarche

Pour compléter le dispositif de concertation et ouvrir largement le cadre des échanges et l'expression des points de vue, la Métropole Rouen Normandie a fait le choix d'associer les personnes, organismes et associations plus particulièrement intéressés et concernés par le projet et ayant officiellement sollicité leur association à l'élaboration du projet, notamment les professionnels de la publicité et des enseignes et les associations, organismes compétents en matière de paysage, publicité, enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire.

Ce sont au total 3 réunions (et non 2 comme initialement prévu dans la délibération de prescription) communes aux associations de préservation ou de défense du cadre de vie et de l'environnement et aux professionnels de la publicité (enseignistes, sociétés affichage...) qui en avaient fait la demande, qui ont été organisées :

- 22 septembre 2021 : Établissement d'un premier dialogue avec les professionnels de l'affichage et les associations, recueil de leurs souhaits, attentes, alertes, présentation des objectifs fixés par la Métropole, de la méthode de travail mise en place ainsi que des premiers éléments du diagnostic paysager et publicitaire
- 10 mai 2022 : Partage des orientations et recueil des avis et remarques
- 27 septembre 2022 : Partage du projet de règlement et recueil des avis et remarques.

Par ailleurs, ces acteurs avaient aussi la possibilité de participer aux réunions publiques, ce qui a été le cas pour plusieurs d'entre eux.

Enfin, une newsletter dédiée à ces acteurs a été éditée aux étapes-clés afin de leur faire état de l'avancement de la procédure.

Dispositif complémentaire :

Le **Conseil de Développement Durable**, instance représentative des acteurs du territoire, a

également été associé dans le cadre de la démarche de concertation. Il a été réuni autour du sujet RLPi en avril 2022 pour une présentation de la démarche et un échange sur la base des éléments de diagnostic, des enjeux et des orientations soumises à débat du Conseil métropolitain en mai 2022.

La concertation grand public

La délibération du 4 novembre 2019 a fixé les grands objectifs de la concertation :

- Donner accès à une information claire sur le projet de RLPi pendant toute la durée de la concertation
- Sensibiliser le public aux enjeux et objectifs de la démarche conduite
- Permettre à chacun d'exprimer ses attentes, ses observations et propositions
- Favoriser l'appropriation du projet par l'ensemble des acteurs.

Les modalités de cette concertation ont été définies par cette même délibération du 4 novembre 2019.

Pour mettre en œuvre ces objectifs, la Métropole a déployé l'ensemble des outils et actions ci-après exposés.

Concernant les modalités d'information et de sensibilisation :

- **Création d'une page internet dédiée au RLPi sur le site internet de la Métropole et d'une rubrique RLPi sur le site de participation citoyenne de la Métropole Rouen Normandie « Je Participe »**, qui ont permis de mettre à disposition du grand public un ensemble d'informations relatives au projet : présentation de ce qu'est un RLPi, ensemble des actes administratifs pris par la Métropole dans ce cadre, calendrier de la démarche et annonces des événements de concertation, information en continu sur les modalités mises en place pour s'exprimer dans le cadre de l'élaboration du projet, lettres d'information et comptes rendus des réunions publiques, ...

- **Publication d'articles dans le magazine de la Métropole** afin de donner une information régulière tout au long de l'élaboration du RLPi : ces articles parus en février 2020, février, mai 2021, mars et septembre 2022 ont permis d'informer les habitants de la tenue de temps forts de concertation (réunions publiques et balades métropolitaines) mais également de donner de l'information technique sur le contenu du document.

- **Mise à disposition du public d'un dossier de concertation** à partir du 28 janvier 2021 au siège de la Métropole et dans les 71 mairies. Il comprenait un classeur de documentations qui s'est enrichi au fur et à mesure des principaux documents de concertation. Ce dossier était accompagné d'un cahier d'observations. Le 17 mars 2021, un avis dans un journal local a annoncé l'ouverture de la concertation et la mise à disposition des registres de concertation.

Des dispositifs complémentaires à ceux figurant dans la délibération de prescription ont par ailleurs été mis en place :

- **Édition régulière de lettres d'information**, mises en ligne sur le site de concertation « Je

participe », mais aussi envoyées par mail aux personnes ayant participé aux temps forts de concertation, ainsi qu'aux 71 communes en format papier. Certaines d'entre elles ont également été envoyées en format papier à divers partenaires publics (bibliothèques, théâtres, Région, Département...) pour être mises à disposition des habitants dans ces lieux de passage :

- Lettre n° 1 en août 2021 dédiée aux diagnostics urbain, paysager et publicitaire.
 - Lettre n° 2 en décembre 2021 : un « hors-série concertation » qui a permis de revenir sur les premiers temps forts de concertation et les principaux sujets abordés.
 - Lettre n° 3 en avril 2022 consacrée aux orientations tirées des Diagnostics.
 - Lettre n° 4 en juillet 2022 : un « Hors-série concertation » qui a permis de revenir sur les temps forts de concertation de 2022.
 - Lettre n° 5 en septembre 2022 consacrée aux marqueurs réglementaires du projet de RLPi.
- **Exposition évolutive et itinérante** présentant une synthèse de chaque grande phase d'élaboration du projet et qui compte aujourd'hui 5 panneaux sur les diagnostics et les orientations. Elle est mise à disposition des communes qui souhaitent la présenter à leurs habitants.
- **Vidéo d'animation** réalisée en phase de diagnostic qui explique de façon claire et dans un vocabulaire aisément accessible ce qu'est un RLPi et comment il est élaboré sur le territoire de la Métropole. Cette vidéo a été mise en diffusion sur le site internet de la Métropole et sur la page dédiée au RLPi sur la plateforme de concertation « Je participe ».

Enfin, une **communication ponctuelle** par le biais de journaux locaux et des réseaux sociaux métropolitain et communaux a permis d'annoncer les temps forts de concertation.

Concernant les dispositifs d'expression du public :

- Le public a pu s'exprimer et faire connaître ses observations tout au long de la concertation par différents biais :**
- En les consignants sur les registres accompagnant les dossiers de concertation, mis à disposition au siège de la Métropole et dans les 71 communes.
 - Par voie électronique via une adresse mail dédiée.
 - Par voie postale.
 - Sur le site « je participe ».
 - À l'occasion des réunions publiques et de concertation.

Concernant les modalités de concertation visant à favoriser l'appropriation du projet et de ses enjeux et l'expression du public :

Afin d'assurer l'expression du grand public, conformément aux objectifs de la délibération du 4 novembre 2019 et en parallèle des concertations spécifiques avec les communes, professionnels et associations, l'ensemble des dispositifs ci-après a été mobilisé :

- **L'organisation de réunions publiques : 8 réunions publiques** (et non deux comme prévu dans la délibération de prescription) ont été organisées à destination du grand public, des associations locales d'usagers, des commerçants, artisans et entreprises. Elles ont favorisé les échanges, le

partage d'informations et la participation du public sur les grandes étapes d'élaboration du RLPi. Ces réunions se sont tenues sur 8 communes différentes de manière à favoriser la proximité et la représentativité territoriale :

- En phase de diagnostic territorial, les quatre réunions publiques ont consisté à familiariser le grand public avec le sujet de l'affichage extérieur et du RLPi, à partager avec le grand public les premiers éléments de constats tirés du diagnostic paysager et publicitaire et à répondre aux interrogations des participants et recevoir leurs remarques.
- En phase Orientations, les deux réunions publiques ont permis de partager avec le grand public les orientations du RLPi qui fondent les futures règles applicables à la publicité et aux enseignes, et à répondre aux interrogations des participants et recevoir leurs remarques.
- En phase réglementaire, les deux réunions publiques ont permis de présenter les grands contours des règles encadrant l'installation des panneaux publicitaires et des enseignes, de répondre aux interrogations des participants et de recevoir les remarques.

- **L'association des commerçants et de leurs représentants, des grandes enseignes ainsi que des entreprises** : Elle a été assurée via les Chambres de Commerce et d'Industrie et des Métiers et de l'Artisanat, que la Métropole a sollicité spécifiquement.

- **La mobilisation de la plateforme de concertation citoyenne « Je participe »** pour organiser la participation et la contribution du grand public à l'élaboration du projet au travers de plusieurs dispositifs en ligne dédiés :

Un appel à photos : En mai 2021, un temps participatif a permis d'enrichir le diagnostic publicitaire en venant le compléter par un diagnostic citoyen de terrain : « la publicité vue par les usagers et habitants ». Les participants étaient invités à prendre des photos d'enseignes, de publicités et de pré-enseignes dans leur quartier ou croisés sur leurs trajets du quotidien et de les transmettre à une adresse mail dédiée, en expliquant leur choix de photos en commentaire. Ce dispositif de concertation a permis d'appréhender la sensibilité du grand public à la problématique publicité enseigne, d'identifier le type de dispositifs qui suscitait des réactions, les environnements objet d'une attention particulière.

Un questionnaire Règlement : Un questionnaire spécifique sur les règles liées aux publicités et aux enseignes a été mis en ligne pendant tout le mois de septembre 2022, afin de recueillir les avis des habitants sur les grands marqueurs du projet de règlement, avant le terme de la concertation.

D'autres dispositifs complémentaires ont également été mis en place pour faire participer le grand public au projet et percevoir sa sensibilité et ses souhaits :

- **Les balades métropolitaines** :

- 3 balades ont été organisées en phase Diagnostic. Elles ont permis de faire de la concertation d'une autre façon, moins formelle, plus ludique, plus proche et de toucher davantage les « non-initiés » tout en favorisant, entre autres, la vulgarisation du sujet.

- 2 balades ont été organisées en phase Orientations sur le thème du lumineux (publicités /

enseignes) afin d'appréhender les spécificités de leur impact au sein d'une polarité commerciale majeure et d'ambiances urbaines diversifiées. Ces balades ont permis d'échanger avec des citoyens sur les marges réglementaires existantes pour encadrer l'implantation des dispositifs lumineux.

- 2 balades ont été organisées en phase Règlement afin d'évoquer in situ les possibilités réglementaires d'encadrement des publicités et des enseignes et les enjeux à la fois dans une commune du Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine et dans un centre-ville historique et commercial.

- **Les rencontres avec le jeune public** : Pour sensibiliser mais aussi disposer du regard sur la publicité des citoyens de demain, deux séances d'échanges avec des enfants âgés de 6 à 10 ans de deux centres de loisirs, ont été organisées en mai et juillet 2022. Elles ont permis de les questionner sur la place et l'impact de la publicité dans leur vie quotidienne afin d'appréhender le niveau d'influence et le rôle de la publicité sur ce public spécifique.

- Le Bilan de la concertation

Bilan quantitatif :

Au total, ce sont plus de 300 contributions qui ont pu être versées à la concertation par le biais de tous les dispositifs présentés ci-avant.

l’affichage publicitaire et le développement de la communication numérique est aussi soulignée comme un paramètre important à prendre en compte.

Les associations de protection de l’environnement et du cadre de vie, quant à elles, affichent une position pleinement cohérente au regard de leur objet et prône une quasi interdiction de la publicité.

C’est donc une concertation intense, exigeante, innovante et confrontante qui a été mise en œuvre avec en permanence l’objectif d’une concertation utile et d’échanges constructifs ainsi que d’une écoute bienveillante.

L’ensemble des parties prenantes et des « cibles » de la concertation a pu s’exprimer via des canaux et instances dédiées. Les échanges ont été sincères et les divergences de points de vue, fortes sur les thématiques traitées par le projet, ont pu s’exprimer et être prises en compte dans le cadre des arbitrages qui ont été faits par les élus en charge du pilotage du projet.

En effet, l’ensemble des canaux de concertation mis en place a bien permis l’expression des points de vue et ces points de vue ont été rigoureusement présentés à l’instance de pilotage pour contextualiser ses arbitrages.

Au regard des dispositifs et outils mis en place exposés ci-avant, les modalités de la concertation ont permis 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. Ces dernières ont été enregistrées et conservées par la Métropole pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l’importance et des caractéristiques du projet, conformément aux dispositions de l’article L 103-4 du Code de l’Urbanisme. La concertation a ainsi permis à l’ensemble des parties prenantes de s’exprimer.

Le détail des contributions issue de la concertation grand public figure dans un document intitulé « bilan de la concertation », annexé à la présente délibération, qui met plus particulièrement en exergue le volet qualitatif de la concertation et ses apports au projet de RLPi.

Présentation du projet de RLPi soumis à l’arrêt :

La composition du projet de RLPi :

Le projet de RLPi se compose des documents suivants :

- le **rapport de présentation**, s’appuyant sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière d’affichage extérieur, explique les choix, les règles retenues et les motifs de la délimitation des zones,
- le **règlement** comprend les prescriptions locales et les dérogations prévues par la loi. Il est constitué de deux parties : d’une part le règlement relatif à la publicité et aux pré-enseignes ; d’autre part le règlement relatif aux enseignes,
- les **annexes** sont notamment constituées des documents graphiques afférents au règlement, ainsi que des arrêtés municipaux fixant les limites d’agglomération.

Le contenu du RLPi :

Le sens et les ambitions du projet :

Le projet de RLPi participera pleinement au projet global du territoire en investissant le champ du cadre de vie du quotidien et en se fixant comme objectif, d'offrir aux habitants des espaces urbains de qualité en tout point du territoire. Il contribuera à construire et conforter une approche transversale des différentes échelles de territoire : du micro-espace du quotidien aux grands paysages emblématiques de la Métropole.

Le RLPi propose en effet un règlement commun à l'ensemble du territoire pour une politique de l'affichage plus cohérente et plus efficace.

Le RLPi est conçu comme une brique qui complète l'ensemble des outils, démarches, documents de planification et plans d'actions que la Métropole met en place au service de la transition et de la résilience du territoire en offrant des leviers complémentaires sur le champ spécifique de la publicité et des enseignes.

Le projet de RLPi s'appuie sur un double diagnostic territorial et publicitaire ayant permis de mettre en exergue les sensibilités du territoire en matière de publicité et enseignes et sur cette base d'identifier les enjeux du territoire en termes de protection et de qualification du paysage et du cadre de vie.

Ces enjeux ont permis de construire les orientations du RLPi. Les orientations du RLPi sont les grands objectifs que la Métropole se fixe en matière de maîtrise de la publicité et des enseignes au service de la protection de ses paysages et d'un cadre de vie de qualité pour tous.

Le règlement est l'outil de traduction de ses ambitions, il se décline au sein d'un double zonage, enseignes et publicités, et d'un ensemble de règles propre à chaque zone. Pour rappel le RLPi s'articule au RNP et le règlement du RLPi ne porte donc que sur les règles venant déroger ou renforcer la réglementation nationale.

Les orientations du projet :

Débatues en Conseil métropolitain le 16 mai 2022, elles sont au nombre de cinq :

- PAYSAGE ET PATRIMOINES NATURELS & BÂTIS / ORIENTATION 1 : Préserver et respecter les identités paysagères et patrimoniales
- ENVIRONNEMENT - ENERGIE / ORIENTATION 2 : Œuvrer pour la sobriété énergétique et la préservation de la biodiversité
- ESPACES D'INTERFACE ET INFRASTRUCTURES DE DEPLACEMENT / ORIENTATION 3 : Valoriser les espaces d'interface et les infrastructures de déplacement
- CADRE URBAIN DU QUOTIDIEN / ORIENTATION 4 : Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques
- QUALITE ET ADAPTATION AU CONTEXTE / ORIENTATION 5 : Prendre en compte et s'adapter à la variété des contextes et ambiances

Les marqueurs réglementaires du projet :

Le règlement est la déclinaison des orientations. Il est adossé à un double zonage, publicités/

pré-enseignes et enseignes, ainsi qu'à deux trames Paysage et Patrimoine.

Il adapte la réglementation nationale aux spécificités du territoire métropolitain au travers de ce zonage qui traduit les sensibilités paysagères du territoire aux dispositifs publicitaires.

Globalement, le RLPi repose sur une volonté de maîtriser et limiter l'impact de la publicité et des enseignes, de développer une approche métropolitaine cohérente territorialement mais aussi entre types de dispositifs, d'apporter une attention forte aux enjeux environnementaux et énergétiques des dispositifs lumineux.

Ainsi, en matière de publicité et de pré-enseignes, le RLPi :

- Réduit les formats des dispositifs en cohérence avec l'environnement et les paysages : réduction des formats à 4,7 m², encadrement compris pour la publicité classique non numérique, à 2,5 m² pour les dispositifs numériques et à 2 m² pour le mobilier urbain d'information locale.

- Contribue à dédensifier les secteurs à forte pression marqués par les phénomènes de concentration par la limitation du nombre de dispositifs autorisés par unité foncière (abords des axes structurants et zones d'activités économiques et commerciales).

- Instaure des restrictions vis-à-vis des dispositifs lumineux afin de limiter les nuisances paysagères et maîtriser la consommation énergétique en restreignant les espaces permettant leur implantation (uniquement aux abords des axes structurants et au sein des zones d'activités économiques et commerciales), ou en élargissant la plage d'extinction nocturne à 21h-7h ; ces restrictions sont plus importantes pour le numérique, au regard de ses impacts sur le cadre de vie, en autorisant son implantation uniquement dans les zones économiques et commerciales du territoire.

- Adapte localement la réglementation nationale en tenant compte des caractéristiques du territoire métropolitain, par la délimitation de 5 zones spécifiques, en agglomération :

- les territoires appartenant au Parc Naturel Régional des Boucles de Seine Normande, au sein desquels le RLPi maintient l'interdiction de toute forme de publicité

- les bords de Seine, établis sur une distance allant de 40 m à 100 m depuis le rivage, pour lesquels l'objectif est de préserver les vues et perspectives vers et depuis cet axe fluvial structurant pour le territoire

- les espaces urbains mixtes, réunissant des secteurs à dominante résidentielle, des centralités de villes et villages, des équipements, des tissus mixtes et des axes de circulation, au sein desquels l'ambiance apaisée sera maintenue

- les abords des axes structurants, correspondant aux axes élargis à une zone tampon de 20 m de part et d'autre de l'extrémité de la bande circulante, que le RLPi contribue à dédensifier et requalifier

- les zones d'activités économiques et commerciales, distinguant les zones d'activités économiques à dominante tertiaire, des autres zones économiques et des zones commerciales ; que le RLPi contribue à dédensifier et requalifier

- Introduit un traitement spécifique pour les espaces présentant des sensibilités paysagères, environnementales et patrimoniales (éléments bâtis et constitutifs de la trame verte et bleue protégés au titre du PLUi, secteurs recensés au L 581-8 du Code de l'Environnement), en y restreignant voire

interdisant la publicité : Trame Paysage et Patrimoine applicable aux publicités et préenseignes.

En matière d'enseignes :

Le règlement vise à adapter les enseignes à leur contexte pour préserver les qualités paysagères, architecturales et le cadre de vie. A cet effet, il délimite trois zones spécifiques en fonction des caractéristiques des espaces :

- Dans les espaces de bords de Seine, en cohérence avec la réglementation sur la publicité, le RLPi contribue à préserver les vues et perspectives vers et depuis cet axe fluvial structurant pour le territoire.
- Dans les zones d'activités économiques et commerciales situées en agglomération et distinguant les zones d'activités économiques à dominante tertiaire, des autres zones économiques et des zones commerciales, il contribue à qualifier ces espaces tout en maintenant la bonne visibilité des activités.
- Dans le reste du territoire métropolitain, il introduit des règles globalement plus restrictives que la réglementation nationale afin d'assurer une signalisation plus qualitative des activités en place.

Au même titre que pour la publicité et préenseignes, le RLPi introduit un traitement spécifique des enseignes au sein des espaces présentant des sensibilités paysagères, environnementales et patrimoniales (éléments bâtis et constitutifs de la trame verte et bleue protégés au titre du PLUi, secteurs recensés aux articles L 581-8 et L 581-4 du Code de l'Environnement) : Trame Paysage et Patrimoine applicable aux enseignes.

En matière de dispositifs lumineux implantés à l'intérieur des vitrines :

Le RLPi s'est saisi de l'opportunité offerte par la Loi Climat et résilience pour soumettre ces dispositifs à la même plage d'extinction nocturne que les publicités et enseignes extérieures, ainsi qu'à une limitation de format.

Le Quorum constaté,

Le Conseil métropolitain,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment son article L 5217-2,

Vu le Code de l'Environnement, notamment les articles L 581-1 et suivants et L 581-14 et suivants,

Vu le Code de l'Urbanisme, notamment les articles L 103-2 et suivants et L 153-11 et suivants,

Vu les statuts de la Métropole,

Vu la délibération du 4 novembre 2019 du Conseil métropolitain prescrivant l'élaboration du

Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Métropole Rouen Normandie, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation,

Vu la délibération du 4 novembre 2019 définissant les modalités de la collaboration avec les communes membres,

Vu les débats sur les orientations du RLPi qui se sont tenus au sein du Conseil métropolitain de la Métropole Rouen Normandie le 16 mai 2022 et dans les assemblées délibérantes des 71 communes membres entre le 16 mai et le 27 septembre 2022, à l'exception d'une commune qui n'a pas organisé de débat et est réputée avoir débattu sur les orientations depuis le 12 octobre 2022,

Vu la concertation qui s'est déroulée durant l'élaboration du RLPi,

Vu le bilan de la concertation présenté et annexé à la présente délibération,

Vu le projet de RLPi annexé à la présente délibération,

Ayant entendu l'exposé de Monsieur Djoudé MERABET, Vice-Président,

Après en avoir délibéré,

Considérant :

- que la Métropole Rouen Normandie est compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) si bien qu'elle se trouve être également compétente pour élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur son territoire,
- que le RLPi édicte des prescriptions plus contraignantes que le règlement national de publicité établi par le Code de l'Environnement à l'égard de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique,
- que le RLPi poursuit un objectif de protection du cadre de vie et de mise en valeur du paysage tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie,
- que le RLPi est élaboré conformément à la procédure des plans locaux d'urbanisme et sera - une fois approuvé - annexé au PLUi,
- que le projet de RLPi respecte les objectifs définis dans la délibération de prescription de l'élaboration du RLPi en date du 4 novembre 2019,
- que la concertation relative à l'élaboration du RLPi s'est déroulée conformément aux dispositions de l'article L 103-2 du Code de l'Urbanisme et aux modalités de concertation définies par la délibération du 4 novembre 2019,
- que les travaux de collaboration avec les communes, ainsi que la concertation avec les personnes

publiques associées/consultées, le public, les professionnels, les associations et les autres acteurs concernés, ont permis d'élaborer un RLPi dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression,

Il est procédé au vote à 22h56.

Décide (Contre : 1 voix, Abstention : 1 voix) :

- d'arrêter le bilan de la concertation organisée pendant la période d'élaboration du projet de RLPi, tel qu'annexé à la présente délibération,

- d'arrêter le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de la Métropole Rouen Normandie conformément au dossier joint,

et

- d'autoriser le Président à prendre tous les actes nécessaires à l'exécution de la présente délibération.

Conformément aux dispositions des Codes de l'Urbanisme et de l'Environnement, ce projet sera notifié pour avis à la Commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites, aux personnes publiques associées et aux communes membres de la Métropole Rouen Normandie.

Conformément à l'article R 153-21 du Code de l'Urbanisme, la présente délibération fera l'objet d'un affichage au siège de la Métropole Rouen Normandie et dans toutes les mairies des communes membres durant un mois.

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours contentieux devant le Tribunal Administratif de Rouen dans un délai de deux mois suivant sa publication. Ce recours contentieux peut être précédé dans ce délai d'un recours gracieux auprès de Monsieur le Président de la MRN. Cette procédure gracieuse prolonge le délai de recours contentieux qui doit alors être introduit dans les deux mois suivants la réponse au recours gracieux. Le Tribunal Administratif peut être saisi par l'application informatique « Télérecours citoyens » accessible par le site internet www.telerecours.fr.

Fait à ROUEN les jour, mois et an susdits.

SUIVENT LES SIGNATURES
POUR EXTRAIT CERTIFIÉ CONFORME

LE SECRETAIRE DE SEANCE



Document signé électroniquement par Roland MARUT
Le Secrétaire de séance
Date de signature : 20/12/2022

LE PRÉSIDENT



Document signé électroniquement par Nicolas MAYER-ROSSIGNOL
Le Président de la Métropole Rouen Normandie
Date de signature : 20/12/2022

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif de Rouen, 53 avenue Gustave Flaubert, 76000 ROUEN, dans un délai de 2 mois à compter de sa publication et/ou notification. Le Tribunal Administratif peut aussi être saisi via l'application informatique "télérecours citoyens" accessible par le site internet www.telerecours.fr.

RÉUNION DU CONSEIL DU 12 DÉCEMBRE 2022 À 18H00

Sur convocation du 2 décembre 2022

Etaient présents :

M. ANQUETIN (Saint-Aubin-Epinay), M. BARRE (Oissel), Mme BIVILLE (Saint-Etienne-du-Rouvray) jusqu'à 18h47, Mme BONA (Ymare) jusqu'à 21h37, M. BONNATERRE (Caudebec-lès-Elbeuf), Mme BOTTE (Oissel) jusqu'à 20h17, Mme BOUCQUIAUX (Saint-Léger-du-Bourg-Denis), M. BREUGNOT (Gouy), M. BUREL (Canteleu), M. CAILLOT (Elbeuf) jusqu'à 21h31, M. CALLAIS (Le Trait), Mme CARON Marine (Rouen) à partir de 18h45, Mme CHABERT-DUKEN (Mont-Saint-Aignan), M. CHAUVIN (Saint-Martin-de-Boscherville), Mme COGNETTA (Sotteville-lès-Rouen), M. COUPARD LA DROITTE (Rouen) à partir de 18h23, M. DEBREY (Fontaine-sous-Préaux), Mme DE CINTRE (Rouen) jusqu'à 19h22, M. DEHAIL (Saint-Aubin-Celloville) à partir de 18h09, M. DELALANDRE Jean (Duclair), M. DELALANDRE Julien (Jumièges), M. DELAUNAY (Saint-Jacques-sur-Darnétal), Mme DELOIGNON (Déville-lès-Rouen), Mme DEL SOLE (Yainville), M. DEMAZURE (La Neuville-Chant-d'Oisel) jusqu'à 21h16, M. DUFLOS (Les Authieux-sur-le-Port-Saint-Ouen), Mme DUTARTE (Rouen), Mme EL KHILI (Rouen), M. EZABORI (Grand-Quevilly), Mme FERON (Grand-Quevilly), Mme FLAVIGNY (Mont-Saint-Aignan), M. GAMBIER (Déville-lès-Rouen) jusqu'à 21h40, Mme GOUJON (Petit-Quevilly), M. GRISEL (Boos) jusqu'à 21h44, M. GUILBERT (Franqueville-Saint-Pierre), Mme HEROUIN LEAUTEY (Rouen), M. HIS (Saint-Paër) jusqu'à 21h15, M. HOUBRON (Bihorel) jusqu'à 20h16, M. JOUENNE (Sahurs), Mme LABAYE (Rouen), M. LABBE (Rouen) jusqu'à 22h, M. LAMIRAY (Maromme) jusqu'à 20h15, M. LANGLOIS (Amfreville-la-Mivoie), M. LARCHEVEQUE (Yville-sur-Seine), M. LECERF (Darnétal) jusqu'à 22h57, M. LE COUSIN (Saint-Etienne-du-Rouvray), M. LECOUTEUX (Belbeuf), M. LEFEBVRE (Anneville-Ambourville), Mme LESAGE (Grand-Couronne), Mme LESCONNEX (Rouen), Mme MABILLE (Bois-Guillaume), Mme MANSOURI (Rouen), M. MARCHANI (Rouen), M. MARUT (Grand-Quevilly), M. MASSON (Saint-Aubin-lès-Elbeuf) jusqu'à 21h45, M. MAUGER (Saint-Pierre-de-Varengeville) à partir de 18h21, M. MAYER-ROSSIGNOL (Rouen), M. MENG (La Bouille) à partir de 18h33, M. MERABET (Elbeuf), M. MEYER (Sotteville-sous-le-Val) à partir de 18h38, Mme MEZRAR (Saint-Pierre-lès-Elbeuf), M. de MONTCHALIN (Rouen) à partir de 18h20 et jusqu'à 20h58, M. MOREAU (Rouen), M. MOYSE (Saint-Etienne-du-Rouvray) jusqu'à 20h14, Mme MULOT (Notre-Dame-de-Bondeville), M. NAIZET (Rouen), Mme NICQ-CROIZAT (Mont-Saint-Aignan), M. OBIN (Petit-Quevilly), Mme PANE (Sotteville-lès-Rouen), M. PEREZ (Bois-Guillaume), M. PONTY (Berville-sur-Seine), M. RAOULT (Grand-Couronne) à partir de 18h13, Mme RAVACHE (Saint-Etienne-du-Rouvray), M. RIGAUD (Petit-Quevilly), Mme RODRIGUEZ (Saint-Etienne-du-Rouvray), M. ROULY (Grand-Quevilly), M. ROUSSEL (Hautot-sur-Seine), M. ROYER (Hénouville) à partir de 18h38 et jusqu'à 22h35, Mme SANTO (Roncherolles-sur-le-Vivier), Mme SLIMANI (Rouen) jusqu'à 22h01, M. SORET (Rouen), M. SOW (Rouen) à partir de 21h16,

Mme THIBAudeau (Epinay-sur-Duclair) jusqu'à 22h34, M. TIMMERMAN (Sotteville-lès-Rouen), Mme TOCQUEVILLE (Maromme), M. VENNIN (Le Mesnil-Esnard)

Mme SCOT supplée M. BIGOT (Petit-Couronne)

Etaient représentés conformément aux dispositions de l'article L 2121.20 du Code Général des Collectivités Territoriales :

M. AMICE (Saint-Pierre-de-Manneville) pouvoir à Mme BOUCQUIAUX, Mme ARGENTIN (Rouen) pouvoir à Mme MULOT, M. BARON (Freneuse) pouvoir à M. LANGLOIS, M. BEREGOVOY (Rouen) pouvoir à M. MOREAU, Mme BERNAY (Malaunay) pouvoir à M. ROULY, Mme BIVILLE (Saint-Etienne-du-Rouvray) pouvoir à M. RIGAUD à partir de 18h47, Mme BONA (Ymare) pouvoir à M. DELALANDRE à partir de 21h37, Mme BOULANGER (Canteleu) pouvoir à M. BUREL, Mme BOURGET (Houpeville) pouvoir à Mme SANTO, M. CAILLOT (Elbeuf) pouvoir à M. MERABET à partir de 21h31, Mme CARON Marie (Canteleu) pouvoir à Mme EL KHILI, Mme CARON Marine (Rouen) pouvoir à M. LEFEBVRE jusqu'à 18h45, Mme CERCEL (Tourville-la-Rivière) pouvoir à M. BARRE, Mme DE CINTRE (Rouen) pouvoir à M. NAIZET à partir de 19h22, M. DELAPORTE (Val-de-la-Haye) pouvoir à Mme TOCQUEVILLE, Mme DUBOIS (Grand-Quevilly) pouvoir à M. MARUT, M. DUCHESNE (Orival) pouvoir à Mme LABAYE, M. GAMBIER (Déville-lès-Rouen) pouvoir à M. DEBREY à partir de 21h40, M. GRELAUD (Bonsecours) pouvoir à M. BONNATERRE, Mme GROULT (Darnétal) pouvoir à M. LECERF jusqu'à 22h57, M. HIS (Saint-Paër) pouvoir à M. PEREZ à partir de 21h15, M. HOUBRON (Bihorel) pouvoir à M. DEMAZURE à partir de 20h16 et jusqu'à 21h16, M. HUE (Quévreville-la-Poterie) pouvoir à M. VENNIN, M. JAOUEN (La Londe) pouvoir à M. DE MONTCHALIN à partir de 18h20 et jusqu'à 20h58, M. LAMIRAY (Maromme) pouvoir à Mme GOUJON à partir de 20h15, Mme LAMOTTE (Sainte-Marguerite-sur-Duclair) pouvoir à M. CALLAIS, M. LECERF (Darnétal) pouvoir à Mme Marine CARON à partir de 22h57, M. LE GOFF (Moulineaux) pouvoir à Mme LESAGE, Mme LEMARCHAND (Le Mesnil-sous-Jumièges) pouvoir à Mme DEL SOLE, M. LESIEUR (Sotteville-lès-Rouen) pouvoir à M. TIMMERMAN, Mme MALLEVILLE (Rouen) pouvoir à Mme DUTARTE, Mme MAMERI (Rouen) pouvoir à Mme FLAVIGNY, M. MARCHE (Cléon) pouvoir à M. ANQUETIN, M. MARTOT (Rouen) pouvoir à Mme NICQ-CROIZAT, M. MASSON (Saint-Aubin-lès-Elbeuf) pouvoir à M. MENG à partir de 21h45, Mme MEYER (Caudebec-lès-Elbeuf) pouvoir à Mme DELOIGNON, Mme MOTTE (Petit-Quevilly) pouvoir à Mme RODRIGUEZ, M. PETIT (Quevillon) pouvoir à M. CHAUVIN, Mme RENO (Sotteville-lès-Rouen) pouvoir à Mme PANE, M. ROUSSEAU (Bardouville) pouvoir à M. PONTY, M. ROYER (Hénouville) pouvoir à M. DEHAIL à partir de 18h09 jusqu'à 18h38 et à partir de 22h35, Mme SERAIT (Elbeuf) pouvoir à M. LE COUSIN, M. SOW (Rouen) pouvoir à Mme HEROUIN-LEAUTEY jusqu'à 21h16, M. SPRIMONT (Rouen) pouvoir à M. COUPARD LA DROITTE à partir de 18h23, M. VERNIER (Sotteville-lès-Rouen) pouvoir à Mme LESCONNEC, M. VION (Mont-Saint-Aignan) pouvoir à Mme CHABERT-DUKEN, M. WULFRANC (Saint-Etienne-du-Rouvray) pouvoir à Mme RAVACHE

Etaient absents :

Mme BOTTE (Oissel) à partir de 20h17

M. COUPARD LA DROITTE (Rouen) jusqu'à 18h23
M. DEHAIL (Saint-Aubin-Celloville) jusqu'à 18h09
M. DEMAZURE à partir de 21h16
M. GRENIER (Le Houltme)
M. GRISEL (Boos) à partir de 21h44
Mme GROULT (Darnétal) à partir de 22h57
Mme HARAUX (Montmain)
M. HOUBRON (Bihorel) à partir de 21h16
M. JAOUEN (La Londe) jusqu'à 18h20 et à partir de 20h58
M. DE MONTCHALIN jusqu'à 18h20 et à partir de 20h58
M. LABBE (Rouen) à partir de 22h
Mme LAROCHE (Isneauville)
M. MAUGER (Saint-Pierre-de-Varengeville) jusqu'à 18h21
M. MENG (La Bouille) jusqu'à 18h33
M. MERLIN (Saint-Martin-du-Vivier)
M. MEYER (Sotteville-sous-le-Val) jusqu'à 18h38
M. MOYSE (Saint-Etienne-du-Rouvray) à partir de 20h14
M. RAOULT (Grand-Couronne) jusqu'à 18h13
M. ROYER (Hénouville) jusqu'à 18h09
Mme SLIMANI (Rouen) à partir de 22h01
M. SPRIMONT (Rouen) jusqu'à 18h23
Mme THIBAUDEAU (Epinay-sur-Duclair) à partir de 22h34

Envoyé en préfecture le 20/12/2022

Reçu en préfecture le 20/12/2022

Publié le

ID : 076-200023414-20221214-C2022_0782-DE



réglement local de
publicité intercommunal
métropole rouen normandie

Bilan de la concertation

RLPi soumis à arrêt en Conseil Métropolitain du 12 décembre 2022

PRESCRIT LE 4 NOVEMBRE 2019

DÉBAT EN CONSEIL MÉTROPOLITAIN LE 16 MAI 2022

ARRÊTÉ LE /

APPROUVÉ LE /

Table des matières

Partie I : Le contexte de la concertation.....3

Partie II : Les modalités de mise en œuvre de la concertation.....4

1. Les objectifs de la concertation.....4
2. Les publics ciblés.....4
 - a. Le grand public.....4
 - b. Les professionnels de l’affichage et associations concernées4
 - c. Le jeune public.....5
 - d. Les personnes publiques associées (PPA)5
 - e. Le Conseil de Développement Durable (CDD).....5
3. Les outils mobilisés à destination du grand public.....6
 - a. Des outils pour informer6
 - b. Des outils pour échanger / co-construire12

Le bilan de la concertation.....16

1. La concertation en chiffres.....16
 - a. Les outils pour informer16
 - b. Les outils pour s’exprimer17
 - c. Les outils pour échanger / co-construire17
 - d. Concertation avec le jeune public18
 - e. La concertation avec les personnes concernées.....18

2. Les thèmes développés dans les contributions.....19

- a. Le zonage.....19
- b. Les interdictions.....19
- c. Les dispositifs publicitaires lumineux et notamment numériques 20
- d. Le format ou le nombre (densité).....21
- e. La police en matière d’affichage21

Partie I : Le contexte de la concertation

Depuis sa création, la Métropole est compétente de plein droit pour élaborer un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi).

Par délibération en date du 4 novembre 2019, le Conseil Métropolitain a prescrit l'élaboration du RLPi sur l'ensemble de son territoire et défini les objectifs poursuivis ainsi que les modalités de la concertation.

La publicité et les enseignes font partie du quotidien des habitants et sont au cœur des enjeux économiques. Ils doivent également respecter la sensibilité urbaine et paysagère des différents espaces du territoire. La notion d'équilibre est au cœur de l'élaboration du RLPi de la Métropole Rouen Normandie.

La concertation menée autour du projet a tout d'abord suivi une obligation réglementaire qui permet à tous :

- d'accéder aux informations pertinentes,
- de formuler des observations et poser des questions,
- d'être informés de la manière dont les observations et les propositions ont été prises en compte dans la décision finale.

Elle a également permis de mettre en avant l'ambition que la Métropole Rouen Normandie a souhaité mettre en place dans le projet de RLPi, en portant un discours clair et compréhensible par tous sur un sujet sensible.

Partie II : Les modalités de mise en œuvre de la concertation

Projet majeur pour le territoire, portant les ambitions métropolitaines en faveur de la protection du cadre de vie, le RLPi est le fruit d'un travail collaboratif mené tout au long de son élaboration avec l'ensemble des parties prenantes : les 71 communes, les habitants, les acteurs concernés (personnes, organismes et associations compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements), les personnes publiques associées et consultées, ainsi que le Conseil de Développement Durable (CDD).

1. Les objectifs de la concertation

La concertation s'est déroulée tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, depuis la prescription jusqu'à l'arrêt du projet, en réservant le temps nécessaire pour dresser le bilan de la concertation.

Les différents outils mis en place avaient pour objectifs :

- d'informer la population, de mobiliser le plus grand nombre, d'expliquer la démarche en clarifiant un discours très souvent technique,
- de faciliter une expression citoyenne la plus ouverte et libre possible,
- d'échanger, de débattre et d'arriver à un projet co-construit sur lequel le grand public a pu apporter sa contribution.

2. Les publics ciblés

Afin de mener une concertation la plus ouverte et diversifiée possible, et ainsi atteindre l'objectif d'un projet partagé et enrichi par tous, il a été défini de mener une concertation avec les publics suivants :

a. Le grand public

Habitant, salarié, ou de passage sur le territoire, chacun est impacté par le cadre de vie qui l'entoure. La publicité extérieure (publicités, pré-enseignes et enseignes) est au cœur des paysages de la Métropole et son impact concerne tout un chacun. Les outils mis en œuvre pour toucher le grand public ont permis de l'informer, d'écouter son point de vue et de répondre à ses questions. Les débats menés ont permis de co-construire le projet enrichi des contributions de chacun.

b. Les professionnels de l'affichage et associations concernées

Le choix a été fait d'organiser des réunions permettant au sein d'une même instance, de créer un dialogue entre les professionnels de l'affichage et les associations de protection de l'environnement qui ont demandé à être associés. L'objectif de ces réunions était de leur permettre d'échanger, d'écouter les points de vue et revendications de chacun afin de trouver de nouveaux équilibres, dans la mesure du possible.

c. Le jeune public

Le choix de concerter auprès d'un public jeune avait comme objectif d'entendre les citoyens de demain, de percevoir leur appréhension de la publicité, de son impact sur leur quotidien et de susciter chez ces enfants l'envie d'établir un dialogue sur ce sujet au sein de leur entourage.

d. Les personnes publiques associées (PPA)

Parallèlement à la concertation publique, la Métropole a mobilisé les Personnes Publiques Associées (PPA). L'Etat (notamment Préfecture, Direction Départementale des Territoires et de la Mer, Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement, Direction Régionale des Affaires Culturelles), le Conseil Départemental de Seine-Maritime, la Région Normandie, le PNR des Boucles de la Seine Normande, La Chambre de commerce et d'Industrie Seine Mer Normandie, la Chambre des Métiers et de l'artisanat de Seine-Maritime, la Chambre d'Agriculture de Seine-Maritime et la SNCF Réseau ont ainsi été conviés à toutes les étapes-clés de la démarche.

Les intercommunalités voisines ont également été conviées à participer aux travaux d'élaboration du RLPI : Communauté d'Agglomération Seine-Eure, Communauté d'agglomération Caux Seine Agglo, Communauté de communes Lyons Andelle, Communauté de communes Inter-Caux Vexin, Communauté de communes Caux Austreberthe, Communauté de communes Yvetot Normandie, Communauté de communes Roumois Seine.

Toutes ces instances, qui sont également sollicitées de façon réglementée après l'arrêt du projet RLPI, apportent un regard technique professionnel à la concertation et font le lien avec leurs ressortissants directement impactés par le projet : les commerçants, entreprises et artisans notamment.

e. Le Conseil de Développement Durable (CDD)

Cette instance de consultation avec la société civile est au service de la dynamique du territoire et de la démocratie participative. Elle a une vocation de rencontre, de dialogue et de débat qui permet d'éclairer la décision publique, avec les points de vue, les idées, les propositions, et l'expérience d'une diversité d'acteurs.

L'installation des nouveaux membres de cette instance, suite aux dernières élections municipales de 2020, est intervenue tardivement (en novembre 2021). L'élaboration du RLPI était déjà bien avancée et l'instance n'a donc pu être rassemblée qu'à une reprise en avril 2022 afin de présenter la démarche de RLPI et d'échanger autour des éléments de diagnostic, des enjeux et des orientations qui ont été soumises à débat en mai 2022. La contribution du CDD s'est principalement fondée sur le jeu des échanges qui se sont tenus lors de cette réunion.

3. Les outils mobilisés à destination du grand public

Plusieurs outils complémentaires permettant l'expression et l'information du public ont été mis en place tout au long de la démarche de concertation. La Métropole s'est appuyée sur une diversité d'outils, des plus institutionnels aux plus immersifs, qui ont permis de toucher une variété de publics cibles.

a. Des outils pour informer

- Une rubrique RLPi sur le site internet de la Métropole : une rubrique dédiée au RLPi a été créée et mise en ligne sur le site internet de la Métropole Rouen Normandie.

ENTREPRENDRE

Qu'est-ce que le RLPi ?

MusPA le 02/07/21
La Métropole Rouen Normandie élabore son Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) qui couvrira l'ensemble des 71 communes du territoire.
Qu'est-ce qu'un RLPi et à quoi ça sert ?
L'implantation des publicités, enseignes et autres messages soumis à une réglementation nationale, leur réalisation doit être conforme à diverses règles (emplacement, densité, surface, hauteur, éclairage) et faire l'objet de déclarations ou d'autorisations préalables.
Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) est un document d'urbanisme qui fixe, par zones, les obligations en matière de publicité, d'enseignes et de messages. Il fixe également des conditions d'implantation pour les autorisations que délivre le maire de la commune pour la publicité. Il a pour objectif d'assurer l'équilibre du territoire publicitaire, de garantir la visibilité de l'habitat et de protéger les communes les plus sensibles.
Le RLPi sera le projet de la Métropole en matière de réglementation du cadre de vie et des paysages, tout en assurant l'équilibre avec le droit national, la réglementation et la diffusion d'informations et d'images.



Les dispositifs encadrés par le RLPi
Le RLPi encadre l'implantation de dispositifs de publicité, enseignes et panneaux, qui sont soumis à des règles de publicité, et qui sont installés avant leur mise en service de travaux publics sur le territoire public.

- **PROJETTS** : Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.
Exemple : Panneau pour indiquer un arrêt de bus.
- **PROFANDES** : Toute inscription, forme ou image relative à un immeuble ou à un objet d'intérêt déterminé.
Exemple : Le nom d'un commerce sur un panneau d'affichage extérieur.
- **ENDOSSES** : Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble ou sur un objet d'intérêt déterminé.
Exemple : Le nom d'un magasin apposé sur un vitrine.

- **Plateforme de concertation Je participe** : Une rubrique RLPi a été créée sur le site de participation citoyenne de la Métropole Rouen Normandie « Je Participe » dès le lancement de la concertation grand public. Le contenu de cette rubrique a été enrichi tout au long de l'élaboration par les éléments techniques et les documents de concertation produits.



CENTRE DE L'ENVIRONNEMENT URBAIN / CO-CONSTRUCTION CITOYENNE / ACTUA'1775

CONCERTATION PUBLIQUE

ELABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLPI)

Date de lancement de la consultation: Lundi 1 mars 2021 - 00:00

Date de clôture de la consultation: Dimanche 9 octobre 2022 - 23:59



Les sites disponibles

- Informations
- Contacts
- Documents
- Commentaires

• **Des lettres d'information et autres publications** : mises en ligne sur le site de concertation « Je participe », mais aussi envoyées par mail aux personnes ayant participé aux temps forts de concertation, ainsi qu'aux 71 communes en format papier. Certaines d'entre elles ont également été envoyées en format papier à divers partenaires publics (bibliothèques, théâtres, Région, Département...) pour être mises à disposition des habitants dans ces lieux de passage :

- Lettre n°1 en août 2021 dédiée aux diagnostics urbain, paysager et publicitaire ;
- Lettre n°2 en décembre 2021 : un « hors-série concertation » qui a permis de revenir sur les premiers temps forts de concertation et les principaux sujets abordés ;
- Lettre n°3 en avril 2022 consacrée aux orientations tirées des Diagnostics.
- Lettre n°4 en juillet 2022 : un « Hors-série concertation » qui a permis de revenir sur les temps forts de concertation de 2022 ;
- Lettre n°5 en septembre 2022 consacrée aux marqueurs réglementaires du projet de RLPi.



Envoyé en préfecture le 20/12/2022
 Reçu en préfecture le 20/12/2022
 Publié le
 ID : 076-200023414-20221214-C2022_0782-DE

- Une exposition évolutive et itinérante : Les panneaux reprennent de manière pédagogique et illustrée les principaux éléments du diagnostic et des orientations. Elle a été mise à disposition des communes qui le souhaitent pendant l'élaboration du RLPI et présentée lors des ateliers de travail avec les communes et les réunions publiques.



- Des articles ont été rédigés dans le magazine de la Métropole afin de donner une information régulière tout au long de l'élaboration.

QUELLE PUB POUR DEMAIN ?

Où implanter les affiches et panneaux et selon quelles règles ? Le Règlement Local de Publicité Intercommunautaire (RLPI) est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations et professionnels de l'affichage et des enseignes, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Des cette année, une concertation sera mise en œuvre avec les habitants et les acteurs concernés. Des balades, un questionnaire en ligne et des réunions publiques seront mis en place. Vous pouvez consulter, sur simple demande, les registres mis à disposition dans toutes les communes du territoire, ou poser une question, émettre un avis sur ces registres régulièrement mis à jour.

Les articles métropole-normandie.fr

Quelle pub pour demain ?

Des affiches, des panneaux sont visibles sur les routes et dans les rues. Où les implanter et selon quels principes ? Le Règlement Local de Publicité Intercommunautaire (RLPI) fixe les règles d'implantation et de format des pubs et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. Compétence pour élaborer le RLPI, la Métropole en fait un moment clé pour réfléchir à la qualité des paysages. Avec les communes, les habitants, les acteurs économiques et les associations, l'enjeu est d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Une concertation va être lancée.

NOTICITARIAT

Le RLPI, Quelle place pour la publicité dans notre quotidien ?

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

LES GRANDS ENJEUX DE LA PUB

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLPI est un document qui fixe les règles d'implantation et de format des publicités et enseignes. Un équilibre doit être trouvé entre la protection du cadre de vie et la visibilité. L'enjeu est donc de constituer, avec les communes, habitants, acteurs économiques et associations, un RLPI permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

- Des articles ont également été rédigés dans la presse locale afin d'annoncer ou de restituer les réunions publiques ou les balades.

Métropole de Rouen. "On peut s'interroger sur la place de la publicité dans notre quotidien", estime Djoude Marabet

LE JOURNAL D'ELBEUF
JEUDI 16 SEPTEMBRE 2021
actu // le-journal-d-elbeuf

PUBLICITÉ DANS L'ESPACE PUBLIC. Une réunion à Elbeuf

Venez échanger sur la place aux habitants du territoire de de la publicité dans l'espace public. Dans le cadre de l'ébauche de la consultation publique de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunale, la Métropole de Rouen propose



Djoude Marabet est le vice-président de la Métropole Rouennaise en charge de l'urbanisme.

- Une vidéo d'animation : explique de façon claire et dans un vocabulaire aisément accessible ce qu'est un RLPI et comment il est élaboré sur le territoire de la Métropole. Cette vidéo a été mise en diffusion sur le site internet de la Métropole et sur la page dédiée au RLPI sur la plateforme de concertation « Je participe ».



- Un dossier de concertation a été mis à disposition du public à partir du 28 janvier 2021 au siège de la Métropole et dans les 71 mairies. Il comprenait un classeur de documentations qui s'est enrichi au fur et à mesure des principaux documents de concertation. Ce dossier était accompagné d'un carnet d'observations qui a permis aux citoyens de faire part de leurs remarques et questions.

- Un dispositif de concertation en ligne a été mis en place sous la forme d'un forum d'expression sur la page Je participe, afin de recueillir les remarques et les questions de tous, entre Avril 2021 et Octobre 2022.

Les avis déposés

Affichage pour les associations

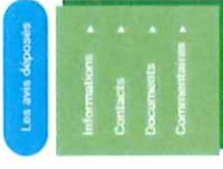
Bijoux,

30/03/2021
11:12

J'ai observé qu'il manque beaucoup d'affichage libre pour les associations dans la ville de Rouen. En effet, il y a plusieurs colonnes d'affichage qui ont été supprimées. La disposition de ces affichages est principalement sur les grands axes de circulation alors qu'il s'agit souvent d'innover le quartier, les riverains avec des activités très localisées. De plus, en période sans COVID, les colonnes d'affichage sont très souvent occupées par les affiches des discothèques ou autres grands événements. L'affichage des petites associations est donc quasiment impossible en format A3.

Si ce sujet peut être intégré dans le RLPI se serait bien. En vous remerciant par avance,

Connectez-vous ou inscrivez-vous pour poster un commentaire



RLPI

30/03/2021
11:12

Pour moi le RLPI doit permettre de lutter contre la pollution visuelle engendrée par la publicité, de protéger le cadre de vie de chacun, les paysages mais aussi de lutter contre les comportements déviants qui induit la publicité : consommation inutile, excessive, consommation alimentaire nuisible pour la santé, sextisme, consommation d'énergie incompatible avec la situation climatique, etc.

Ainsi, le RLPI devrait comprendre :

- la limitation en taille (m2, et 50/70cm pour les affiches
- l'interdiction des panneaux écrans numériques, gros consommateurs d'énergie
- Le fait d'imposer les mêmes règles d'égalité pour les commerces de proximité, associations, municipalités et grands annonceurs.

- Interdire la publicité autour des lieux recevant des enfants, adolescents, une espèce de permis de sécurité.

- Bien sûr de protéger les lieux remarquables : monuments, espaces naturels, etc., de la publicité en sanctuarisant leur périmètre

Il faut bien sûr trouver moyen de faire respecter le RLPI puis RLPI, normalement, les préfets en sont garants, ce qui me semble pas toujours être la cas, il faut que le RLPI soit en capacité de faire entrer sans délai les panneaux et affichages illégaux.

Connectez-vous ou inscrivez-vous pour poster un commentaire

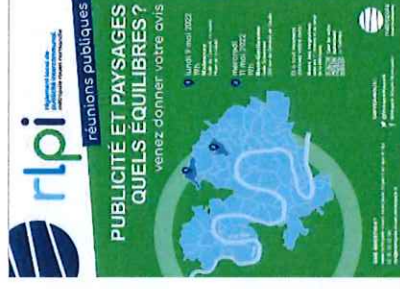
- Une adresse email dédiée a été créée « rlpi@metropole-rouen-normandie.fr », permettant de recueillir les questions et les remarques. Cette adresse a également été utilisée pour l'envoi de mails aux participants à la concertation et aux communes.
- Enfin, les participants avaient la possibilité de solliciter la Métropole par le biais de l'adresse postale en envoyant un courrier à Monsieur le Président, 108, Allée François Mitterrand, 76000 Rouen.

b. Des outils pour échanger / co-construire

- Les **réunions publiques** : 8 réunions publiques ont été organisées :
 - En phase de diagnostic territorial, les **4 réunions publiques** ont consisté à familiariser le grand public avec le sujet de l’affichage extérieur et du RLPI, à partager avec le grand public les 1ers éléments de constats tirés du diagnostic paysager et publicitaire et à répondre aux interrogations des participants et recevoir leurs remarques
 - En phase Orientations, les **2 réunions publiques** ont permis de partager avec le grand public les orientations du RLPI, qui vont fonder les futures règles applicables à la publicité et aux enseignes et à répondre aux interrogations des participants et recevoir leurs remarques.
 - En phase réglementaire, les **2 réunions publiques** ont permis de présenter les grands contours des règles encadrant l’installation des panneaux publicitaires et enseignes et de répondre aux interrogations des participants et recevoir leurs remarques.



La communication autour des réunions publiques s’est faite par le biais d’affiches de communication envoyées pour affichage dans les 71 communes de la Métropole, des partenaires institutionnels tels que la Région, le Département, l’université, les Chambres de commerce et des Métiers...



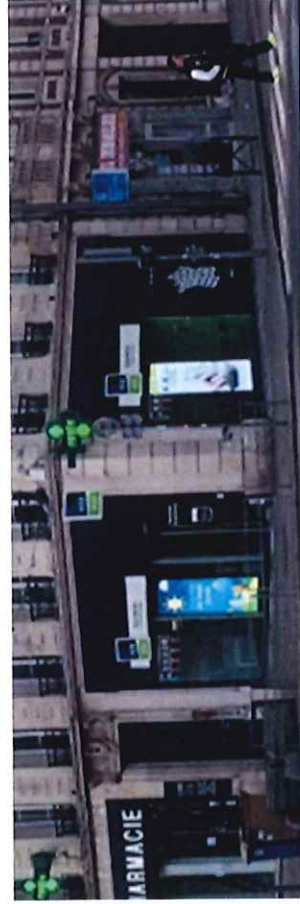
• Les balades métropolitaines :

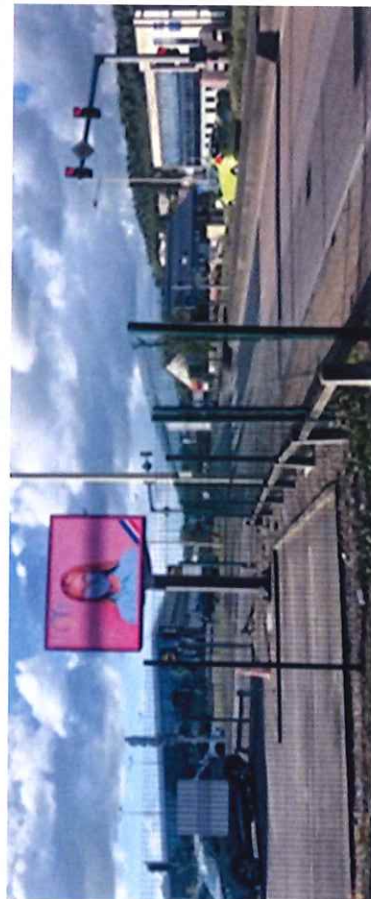
- 3 balades ont été organisées en phase de diagnostic. Elles ont permis de faire de la concertation d'une autre façon, moins formelle et plus ludique, de toucher davantage de monde au-delà des initiés et de donner de la matière, de vulgariser les sujets...
- 2 balades ont été organisées en phase Orientations sur le thème du lumineux (publicités / enseignes) afin d'appréhender les spécificités de leur impact au sein d'une polarité commerciale majeure et d'ambiances urbaines diversifiées. Ces balades ont permis de saisir les marges réglementaires existantes permettant d'encadrer l'implantation des dispositifs lumineux.
- 2 balades ont été organisées en phase Règlement afin d'évoquer in-situ les aspects réglementaires des publicités et des enseignes à la fois dans une commune du Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine et dans un centre-ville historique et commercial.



- Un appel à photos

En mai 2021, un temps participatif a permis d'enrichir le diagnostic publicitaire en venant le compléter par un diagnostic citoyen de terrain : « la publicité vue par les usagers et habitants ». Les participants étaient invités à prendre des photos d'enseignes, de publicités et de préenseignes dans leur quartier, ou croisés sur leurs trajets du quotidien et de les transmettre à une adresse mail dédiée, en expliquant leurs choix de photos en commentaire. Ce dispositif de concertation a permis d'appréhender la sensibilité du grand public à la problématique publicité/enseigne, d'identifier le type de dispositifs qui suscitait des réactions, ainsi que les environnements objets d'une attention particulière.





- **Un questionnaire en ligne**

Un questionnaire spécifique sur les règles liées aux publicités et aux enseignes a été mis en ligne pour 1 mois dès septembre 2022 afin de recueillir les avis des habitants sur les grands marqueurs du projet de règlement, avant le terme de la concertation auprès du grand public.

Le bilan de la concertation

1. La concertation en chiffres

a. Les outils pour informer

- La page dédiée au RLPi sur le site internet de la Métropole a été créée en février 2021 : La page a fait l'objet de **2 930 vues** (avec une connexion de 3 minutes en moyenne).
- La vidéo d'animation a été mise en ligne le 5 juillet 2021 sur You Tube. En date du 9 octobre 2022, elle avait cumulé **288 vues**.
- **Articles dans le Magazine de la Métropole : 5 articles** ont été rédigés et ont permis en février 2020, février 2021, Mai 2021, Mars 2022 et septembre 2022 d'informer les habitants de la tenue de temps forts de concertation (Réunions publiques et balades métropolitaines) mais également de donner de l'information technique sur le contenu du document.
- **Des articles sont également parus dans la presse locale : 4 articles** ont été publiés dans Paris-Normandie, Tendances Ouest et le Journal d'Elbeuf à 2 reprises.
- La Lettre d'information de 4 pages spécifique au RLPi :

- Lettre d'info n°1 : 3500 exemplaires ont été envoyées aux 71 communes de la Métropole ainsi qu'à diverses partenaires publics (bibliothèques, théâtres, Région, Département...) pour être mises à disposition des habitants. Elle a également été mise en ligne sur le site de concertation Je Participe.
- Lettre d'info n°2 : 72 exemplaires ont été envoyés pour être ajoutés aux classeurs de concertation. Elle a également été mise en ligne sur le site de concertation Je Participe.
- Lettre d'info n°3 : 3500 exemplaires ont été envoyées aux 71 communes de la Métropole ainsi qu'à diverses partenaires publics (bibliothèques,

théâtres, Région, Département...) pour être mises à disposition des habitants. Elle a également été mise en ligne sur le site de concertation Je Participe.

- Lettre d'info n°4 : 72 exemplaires ont été envoyés pour être ajoutés aux classeurs de concertation. Elle a également été mise en ligne sur le site de concertation Je Participe.
- Lettre d'info n°5 : 3500 exemplaires ont été envoyées aux 71 communes de la Métropole ainsi qu'à diverses partenaires publics (bibliothèques, théâtres, Région, Département...) pour être mises à disposition des habitants. Elle a également été mise en ligne sur le site de concertation Je Participe.

Ce sont au total **10 600 exemplaires** de la Lettre d'information qui ont été mis à disposition du grand public tout au long de l'élaboration du RLPi.

b. Les outils pour s'exprimer

- **Mise à disposition d'un cahier d'observations** : Ce canal de concertation a fait l'objet d'une remarque émanant d'une commune.
- Pour favoriser les échanges et la co-construction, une concertation en ligne a été mise en place afin de recueillir les remarques, questions de tous. **La page internet « Je participe »** a permis de recueillir 45 contributions entre avril 2021 et octobre 2022.
- 4 demandes d'information ont été faites par le biais de l'adresse mail dédiée au RLPi

c. Les outils pour échanger / co-construire

- Réunions publiques : **60 personnes** ont participé aux 8 réunions publiques organisées aux 3 grandes phases d'élaboration du RLPi.
- **5 balades métropolitaines** ont été organisées sur le territoire métropolitain. Elles ont réuni **une trentaine de participants**.
- **L'appel à photos** lancé via la plateforme afin de sensibiliser les participants à leur cadre de vie a recueilli **61 photos** qui ont été analysées entre mars et juin 2021.
- **73 personnes** ont répondu au **questionnaire** proposé **en phase réglementaire**. Un bilan de ce questionnaire a été réalisé et mis en ligne sur le site Je participe.

Envoyé en préfecture le 20/12/2022
Reçu en préfecture le 20/12/2022
Publié le



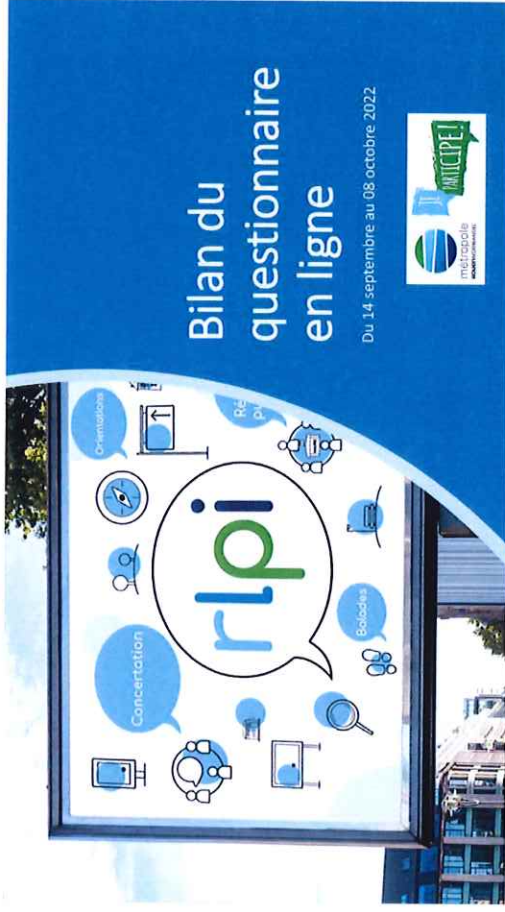
ID : 076-200023414-20221214-C2022_0782-DE

Un questionnaire en ligne du 14 septembre au 8 octobre 2022

Après le diagnostic, l'identification des enjeux puis la définition des orientations, un questionnaire a été mis en ligne du 14 septembre au 8 octobre 2022 afin d'aider à l'écriture des règles du futur règlement local de publicité intercommunal (RLPi) : que pourra-t-on faire ou ne pas faire en matière de publicité et d'enseigne sur le territoire de la Métropole ?

Le questionnaire a recueilli 73 avis. Il a permis à la Métropole de vérifier comment le projet de règlement répond aux attentes, ou s'il faut envisager des ajustements.

[CONSULTER LE BILAN DU QUESTIONNAIRE](#)



d. Concertation avec le jeune public

Rencontres avec le jeune public : Le premier groupe composé de 20 enfants d'un centre de loisirs d'Elbeuf s'est réuni en mai 2022, et un deuxième groupe de 15 enfants d'un centre de loisirs de Malaunay en juillet 2022. Ainsi, ces **35 jeunes** ont pu faire, part avec leurs mots, de leur vision d'adultes en devenir sur la publicité dans leur quotidien.



e. La concertation avec les personnes concernées

L'**association et la consultation des personnes publiques et des personnes, organismes et associations** concernés lors de l'élaboration du projet s'est déroulée tout au long de la procédure :

- **4 associations de défense de l'environnement** ont participé aux réunions de concertation qui leur étaient dédiées et l'association Paysages de France a transmis une contribution écrite.
- **8 organismes professionnels de l'affichage** ont également participé aux réunions de concertation qui leur étaient dédiées et l'Union de la Publicité Extérieure a transmis une contribution écrite.
- **3 Newsletters ont été rédigées et transmises aux professionnels et des associations** en phase Diagnostic, Orientations et Règlement.

Total des participants aux temps forts de concertation (réunions publiques, balades, appel à photos, questionnaires en ligne, concertation avec les enfants):
300

Total des visites sur les pages dédiées dans le cadre de la concertation en ligne (Je participe et site internet Métropole) : Plus de 5000.

2. Les thèmes développés dans les contributions

a. Le zonage

Les contributions portant sur le **zonage** demandent que le nombre de zone de publicité ne soit pas trop élevé (entre 3 et 6) afin de faciliter l'application du futur RLPi.

Pour le grand public et les associations, il ne faut pas déroger à l'interdiction de publicité dans les secteurs patrimoniaux (article L581-8 du code de l'environnement). **Les professionnels de l'affichage** demandent au contraire une dérogation dans ces secteurs en particulier pour maintenir de la publicité sur le mobilier urbain déjà présente de type « abris destinés au public » ou « sucettes ». Le secteur de la commune de Canteleu leur semble prioritaire pour la dérogation.

Pour le grand public, il ne faut pas instaurer de périmètres hors agglomération ce qui aurait pour conséquence de remettre de la publicité dans des lieux où elle est actuellement interdite par le règlement national.

Pour les associations, il faut aller plus loin en interdisant la publicité (y compris sur le mobilier urbain) dans les secteurs à dominante résidentielle ainsi que dans un rayon de 500 mètres aux abords des lieux accueillant des enfants ou des personnes vulnérables.

Les professionnels de l'affichage demandent un maintien de la publicité de grand format le long des axes structurants ainsi que dans les zones économiques de la Métropole Rouen Normandie. Ils demandent également que les domaines ferroviaire et portuaire soient traités spécifiquement compte tenu de leur caractéristique d'unité foncière unique et de grande dimension.

¹ Article R581-77 du code de l'environnement

Le zonage retenu dans le projet de RLPi s'est nourri de ces contributions. En particulier, le nombre de zones de publicité a été limité à 5 pour faciliter sa compréhension. Les dérogations à l'article L581-8 du code de l'environnement sont très limitées. Les secteurs résidentiels, qui abritent l'essentiel des lieux accueillant des enfants ou des personnes vulnérables, sont très protégés de la publicité extérieure ; de nombreuses interdictions ont été édictées dans cette zone. A noter également que le PNR restera une zone entièrement sans publicité. La publicité demeure possible le long des axes structurants de la Métropole ainsi que dans les zones d'activités. Enfin, aucun périmètre¹ délimitant des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation située hors agglomération n'a été édicté dans le projet de RLPi.

b. Les interdictions

De nombreuses contributions ont été faites pour demander d'interdire certaines catégories de publicités, enseignes ou préenseignes. Ces demandes émanent d'**associations** pour l'essentiel ainsi que du **grand public** pour quelques-unes.

Parmi les contributions du **grand public et des associations** on retrouve des demandes d'interdiction totale de :

- Toute nouvelle implantation publicitaire dans les espaces publics
- Toute publicité dans les espaces résidentiels
- Toute publicité ou enseigne scellée au sol (ou les limiter fortement)
- Toute enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu (ou les limiter fortement)
- Toute bâche publicitaire
- Tout système rotatif
- Toute publicité sur les mobiliers des terrasses

- Toute enseigne sur clôture (ou les limiter fortement)

Les **associations** demandent également d'interdire la publicité lumineuse sur toiture ainsi que les enseignes sur les auvents, les balcons ou les marquises.

Certains dispositifs, par leur implantation, peuvent avoir un impact notable sur les paysages métropolitains. C'est pourquoi, plusieurs points rapportés ci-dessus ont été intégrés dans le projet de RLPI, afin d'éviter des impacts trop notables sur le patrimoine et les paysages.

c. Les dispositifs publicitaires lumineux et notamment numériques

La question de la consommation énergétique des dispositifs lumineux est également un thème important rapporté par plusieurs contributions. C'est le sujet du « numérique » qui cristallise le plus les antagonistes entre d'une part une large majorité de contributeurs trouvant ces dispositifs impactant pour le cadre de vie et générateurs de nuisances nocturnes et d'autre **part quelques professionnels de l'affichage ou commerçants** assurant qu'il s'agit d'une technologie d'avenir (ils évoquent une croissance importante due à la demande de nombreux clients commerçants utilisant leurs supports).

Parmi les contributions sur le thème du lumineux, les **associations et le grand public** proposent d'étendre la plage d'extinction nocturne existante (entre 1h et 6h). Cette proposition concerne également les dispositifs lumineux à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial au sens de la loi n°2021-1104.

² La loi n°2021-1104 dite loi « climat » permet de réglementer les publicités, enseignes et préenseignes lumineuses à l'intérieur d'une vitrine ou d'une baie d'un local commercial

On relève toutefois une contribution qui demande l'éclairage des enseignes lumineuses la nuit afin d'animer les centres villes.

Les **associations** proposent que tout dispositif relevant de la publicité extérieure soit soumis à la plage d'extinction nocturne et notamment la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain qui échappait jusqu'à octobre 2022 à cette règle.

Le **grand public et les associations** demandent l'interdiction des dispositifs numériques (y compris sur le mobilier urbain) ou à défaut de les limiter très fortement en format, en nombre et en plage d'extinction. Cette proposition concerne également les dispositifs numériques situés à l'intérieur des vitrines et des baies d'un local commercial² avec à défaut d'une interdiction³, une limitation à 40 X 30 centimètres et un seul par vitrine.

Les contributions ci-dessus ont permis de porter une réflexion sur le choix d'une plage d'extinction nocturne plus importante que celle du code de l'environnement. Cette plage sera bien applicable à la publicité sur le mobilier urbain à quelques exceptions près notamment pour les obris voyageurs dont la ligne circule aux horaires d'extinction. D'autre part, le choix a été fait de limiter les publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines (ce qui n'était pas possible jusqu'en août 2021). Enfin, les publicités, enseignes et préenseignes numériques extérieures seront interdites sur l'essentiel du territoire métropolitain (elles ne seront autorisées qu'en zone d'activités dans un format réduit) afin de faire des économies d'énergie, limiter la pollution lumineuse et préserver la biodiversité.

³ La loi n°2021-1104 dite loi « climat » ne permet pas en l'état actuel d'interdire des publicités, enseignes et préenseignes lumineuses à l'intérieur d'une vitrine ou d'une baie d'un local commercial

d. Le format ou le nombre (densité)

La question du format, du nombre (ou encore de la densité) est également un thème important rapporté parmi les contributions. **Pour la plupart des contributeurs, y compris les professionnels**, il s'agit de réduire le format maximal autorisé ainsi que la densité ou le nombre de dispositifs qu'il est possible d'installer. **Pour les associations et certaines contributions grand public**, lorsqu'une interdiction n'est pas mise en place, des formats réduits doivent être préconisés : micro-affichages, bâches de chantier, publicités sur le mobilier urbain, « chevalets » et enseignes « murales ».

Les professionnels de l'affichage proposent de réduire les surfaces des publicités à 10,5 m², contre 12 m² comme actuellement dans le code de l'environnement.

Les professionnels de l'affichage indiquent dans leurs contributions que la densité peut être limitée à un dispositif par unité foncière (éventuellement jusqu'à 3 dispositifs pour les grandes unités foncières avec un espacement minimal de 30 mètres entre chaque panneau). Les associations demandent que les publicités sur mur soient limitées à une seule par unité foncière sous réserve que cette dernière dispose d'un seuil minimal de linéaire de 50 mètres. Les associations proposent également de créer une règle de densité pour la publicité sur le mobilier urbain (espacement proposé entre les différentes publicités : 200 m). S'agissant des enseignes perpendiculaires au mur et des enseignes scellées ou posées au sol de moins d'un mètre carré, il est proposé de les limiter en nombre afin de préserver le cadre de vie.

Les contributions ci-dessus ont permis de porter une réflexion sur un format maximal pour les publicités et préenseignes à l'échelle métropolitaine. La question de la densité s'est également posée afin d'éviter l'accumulation de dispositifs publicitaires dans certains secteurs stratégiques comme les entrées de ville et autres axes structurants du territoire. Dans le cadre d'une réflexion métropolitaine sur les enseignes, des limitations de nombre et de surface ont

été retenus afin de permettre une meilleure intégration dans les paysages métropolitains.

e. La police en matière d'affichage

Il convient avant tout de rappeler que le RLPI n'est pas un document organisant le pouvoir de police de l'affichage. En effet, celui-ci est régi par le code de l'environnement. Toutefois, lors de la concertation, la question de la mise en œuvre du RLPI s'est posée de nombreuses fois et de la part de nombreux acteurs ; **des professionnels** ont regretté que certains de leurs concurrents ne respectent pas les réglementations en vigueur ; **des associations** ont quant à elles rapporté des infractions sur le territoire et fait valoir qu'un règlement non appliqué est inutile ; **le grand public** a également demandé à être informé sur les démarches à suivre pour implanter une nouvelle enseigne.

L'ensemble de ces éléments révèle l'importance que revêt la mise en œuvre du RLPI. Des réflexions sont d'ores et déjà en cours pour être en place à l'approbation du RLPI.