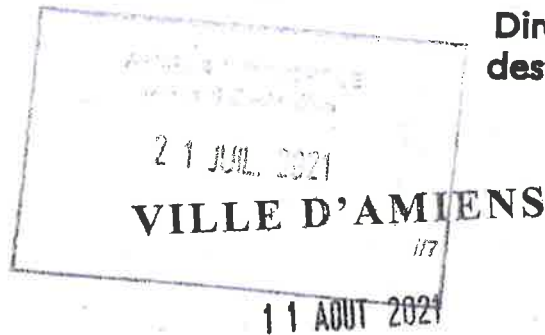




A21-18795

21/07/2021

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



Amiens, le **19 JUL. 2021**

Madame le maire,

**Direction Urbanisme  
Règlementaire**

Par délibération du 22 avril 2021, le conseil municipal d'Amiens a arrêté le projet de révision de son règlement local de publicité. L'analyse du dossier m'amène à émettre un avis favorable sous réserve de la prise en compte des observations formulées dans mon avis détaillé, annexé au présent courrier. Ces observations portent sur les points suivants :

- Éléments pour une meilleure prise en compte des enjeux relatifs à la préservation du patrimoine
- Légalité de l'arrêté de fixation des limites de l'agglomération

Les services de la direction départementale des territoires et de la mer de la Somme sont à votre disposition pour vous accompagner dans la suite de la procédure de révision de votre règlement local de publicité.

Je vous prie de croire, Madame le maire, en l'assurance de toute ma considération.

*Bien à vous,*

Pour la Préfète et par délégation  
La secrétaire générale

  
Myriam GARCIA

Madame Brigitte FOURÉ  
Maire d'Amiens  
Place de l'Hôtel de ville  
80027 AMIENS cedex

## Annexe : avis détaillé de l'État

Les objectifs déclinés au sein du rapport de présentation insistent sur la nécessité de protéger le patrimoine paysager, architectural et historique d'Amiens, notamment les sites inscrits, monuments historiques, et monuments labellisés par l'UNESCO.

L'étude du dossier amène l'État à considérer que certaines dispositions du règlement local de publicité doivent être modifiées ou ajustées pour répondre à cet objectif.

### 1- Préservation des sites protégés

Un vaste ensemble de forte valeur patrimoniale qui recouvre les boulevards intérieurs, la promenade de la Hotoie, l'étang Saint-Pierre et ses abords, le quartier Saint-Leu et les Hortillonnages (cf. figure 1) est protégé au titre de la servitude d'utilité publique AC2, relative à la protection des sites naturels.

Le projet de RLP classe une partie de la servitude d'utilité publique AC2, relative à la protection des sites naturels en secteur ZP2 (orange). Il permet ainsi de préserver certains des boulevards intérieurs protégés au titre de cette servitude, la promenade de la Hotoie, l'étang Saint-Pierre et ses abords, le quartier Saint-Leu et les Hortillonnages de toute pollution visuelle.



Néanmoins, certains des boulevards intérieurs protégés au titre de cette servitude sont, eux classés en ZP3 (jaune). Il s'agit des boulevards de Beauvillé, Belfort et Mail Albert 1<sup>er</sup> (cf. figure 2). Ils ne bénéficient ainsi pas de la même protection que les autres boulevards intérieurs. Pourtant, ces boulevards contribuent au continuum arboré qui ceinture le centre ancien et présentent un fort intérêt paysager et patrimonial.



Le classement en ZP3 de ces boulevards n'est pas justifié et va à l'encontre des orientations du règlement local de publicité d'Amiens visant à préserver les espaces remarquables d'un point de vue paysager (orientation n°2).

Il est donc souhaitable de classer les boulevards de Beauvillé, Belfort et Mail Albert 1<sup>er</sup> en ZP2 (orange).

### 2-Préservation des cônes de vue

Le diagnostic paysager réalisé dans le cadre de la révision du RLP d'Amiens et intégré au document permet d'identifier une dizaine de cônes de vue remarquables sur la cathédrale et la tour Perret (cf. figure 3).



Ces cônes de vue identifiés dans le diagnostic se situent dans différents secteurs du projet arrêté. Ils sont de ce fait susceptibles d'être impactés par des dispositifs publicitaires.

Afin de préserver les cônes de vue identifiés sur plusieurs avenues (route de Rouen, rue Saint-Fuscien, etc) et de protéger la perspective visuelle sur le patrimoine historique de la ville (orientation n°2), il est demandé à ce qu'aucun affichage publicitaire ne soit visible dans le sens de la périphérie - vers la cathédrale. Pour ce faire, il est demandé :

- de matérialiser les cônes de vue identifiés au sein du diagnostic sur le plan de zonage et dans la légende (cf. figure 4 – plan de gestion UNESCO)

- à partir de ce règlement graphique, d'interdire tout affichage publicitaire impactant ces cônes de vue. Les affichages publicitaires implantés dans le sens du cône de vue, et qui, de ce fait, obstrueraient les perspectives visuelles, ne peuvent être autorisés. Pour assurer l'intelligibilité du règlement, il est recommandé de reporter le sens d'affichage autorisé sur le plan de zonage (cf. figure 5, à titre d'exemple).

- En ZP3 (jaune), d'instaurer des règles d'inter-distance entre ces mobiliers urbains afin de limiter la densité de publicité

D'une part, il est recommandé de prévoir une distance minimum de 100 m entre chaque mobilier urbain support de publicité le long des avenues identifiées comme cônes de vue.

D'autre part, d'instaurer une distance minimum de 50 m entre les mobiliers supports de publicité situés sur deux voiries différentes, s'ils sont covisibles. Pour ces deux dispositions, une dérogation peut être prévue pour lorsqu'il s'agit de deux abris voyageurs supports de publicité.

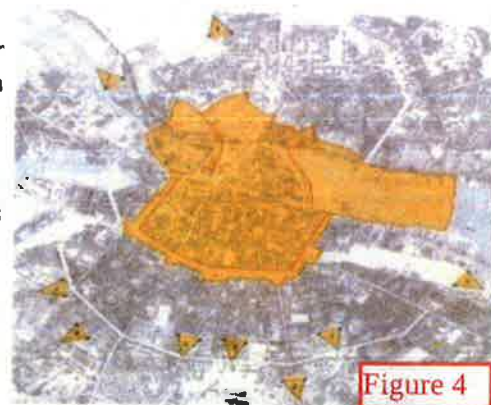


Figure 4



Figure 5

### 3- Règles d'inter-distance entre les dispositifs publicitaires en ZP2 (secteur Monuments historiques)

Il est souhaitable d'imposer en secteur ZP2 des règles d'inter-distance pour limiter la densité de mobiliers urbains porteurs de publicité dans ce secteur à forts enjeux.

Une telle règle permettrait d'assurer la traduction réglementaire de l'orientation n°1 relative à la préservation du patrimoine.

#### **4-Périmètres des abords (PDA) des monuments historiques (secteur ZP3)**

En secteur ZP3, le projet de règlement autorise la publicité non-lumineuse ou éclairée par transparence apposée sur mobilier urbain, d'une surface pouvant aller jusqu'à 8m<sup>2</sup>. Cette surface paraît excessive compte-tenu de l'enjeu patrimonial inhérent aux périmètres des abords des monuments historiques inclus dans ce secteur.

Ainsi, en ZP3 (jaune), il est souhaitable de fortement réglementer les dispositifs publicitaires de type « SENIOR » et de réduire la surface maximale unitaire.

#### **5- Protection des espaces boisés classés**

Plusieurs espaces boisés classés (EBC) sont classés en secteur ZP5 (secteurs mixtes), qui autorise les dispositifs publicitaires scellés au sol dans une limite de 8m<sup>2</sup>. A titre d'exemple, peuvent être cités les espaces boisés classés situés sur les parcelles suivantes :

- KL 14, 31 et 108,
- EN 607, 608, 609 et 613,
- ER 239

Les dispositifs publicitaires scellés au sol doivent être interdits au niveau de ces EBC, conformément à l'article R.581-30 du code de l'urbanisme.

#### **6- Prise en compte de l'encadrement des affiches et des écrans dans le calcul des surfaces maximales**

En l'absence de précision dans le RLP sur les modalités de calcul des formats des publicités, le RLP doit préciser que la notion de surface unitaire ne peut s'entendre que comme englobant l'affiche ou l'écran et son encadrement, sur la base des arrêts du Conseil d'État (Commune de Dijon, n° 395494 et SARL Oxial, n° 408801).

#### **7- Documents graphiques**

L'arrêté fixant les limites de l'agglomération ne fixe pas précisément ces limites et ne comporte pas le document graphique prévu en annexe par l'article R.581-78 du code de l'environnement. Le caractère incomplet de ce document constitue donc un problème de légalité.

Le plan de zonage publicitaire est peu lisible (notamment pour les ZP2 et ZP3) et ne précise pas l'échelle. Il est recommandé de porter le plan sur un format A0 ou A1 et d'opter pour l'échelle de représentation la mieux adaptée à ce format.





**SPPEF**

Grenoble, le 28 juillet 2021

**Madame Brigitte FOURÉ**  
Maire d'Amiens  
Place de l'Hôtel-de-Ville  
80000 AMIENS

Association agréée  
dans le cadre national  
au titre des articles  
L.141-1 et suivants  
du Code de l'environnement,  
habilitée pour prendre part  
au débat sur l'environnement  
au sein d'instances consultatives,  
et agréée par le ministère  
de la Justice au titre  
de l'article 54.1°  
de la loi n° 71-1130  
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :

- Arcabas<sup>1</sup>,  
artiste-peintre
- Gilbert Durand<sup>2</sup>,  
philosophe
- Alain Finkielkraut,  
Philosophe, académicien
- Albert Jacquard<sup>3</sup>,  
généticien
- Louédin,  
artiste-peintre
- Michel Maffesoli,  
Sociologue
- François Morel,  
artiste
- Edgar Morin,  
sociologue
- Hubert Reeves,  
astrophysicien

**Objet : projet de RLP d'Amiens**  
**RAR 1A 166 437 7180 1**  
**Courrier réservé : cabinet du maire**

**Madame le Maire, chère Madame,**

Comme suite au courrier en date du 5 mai 2021 sollicitant l'avis de Paysages de France dans le délai de trois mois sur le projet de RLP tel qu'arrêté le 22 avril 2021, j'ai le plaisir de vous faire parvenir ci-joint les observations de l'association que je préside ainsi que de celles de Sites & Monuments, avec laquelle elle a conclu un accord.

Les observations qui figurent dans ce courrier sont donc formulées au nom des deux organisations, lesquelles se voient hélas contraintes de vous faire part de leur très grande déception.

En effet, Amiens avait été retenue, du fait de la richesse exceptionnelle de son patrimoine, et, notamment, de la reconnaissance mondiale que lui confère sa qualité de première ville de France en nombre d'inscriptions au « label » UNESCO, comme l'une des villes susceptibles, pour autant qu'elle en ait la volonté politique, de montrer la voie dans un domaine – celui de la publicité extérieure – parmi les plus sensibles non seulement au regard des enjeux patrimoniaux et sociétaux, mais également au regard des enjeux environnementaux cruciaux d'aujourd'hui, à commencer par celui, majeur, que représente le péril climatique.

C'est pour cette raison notamment que le porte-parole national de Paysages de France s'était spécialement déplacé depuis Grenoble afin de répondre à la proposition qui avait été faite à l'association d'organiser avec elle une réunion de travail sur le futur RLP.

Certes, nous aurions préféré avoir à nous féliciter des choix opérés.

Cependant, ces derniers apparaissent extrêmement éloignés<sup>1</sup> des mesures minimales préconisées par lesdites associations pour qu'un RLP puisse être considéré, non pas comme exemplaire, mais simplement, compte tenu des enjeux en cause, comme compatible avec le minimum requis en la matière.

Force est de constater au demeurant, ainsi que vous pourrez le constater à la lecture des observations ci-jointes, que même s'agissant de mesures

---

<sup>1</sup> Tout particulièrement s'agissant de la publicité numérique, de la publicité sur les voies publiques (trottoirs), des formats et de la remise en question de protections instaurées par le Code de l'environnement.

Projet de RLP  
Observations et demandes des associations  
Paysages de France et Sites & Monuments

**Paysages de France**

Maison de la nature et de l'environnement

5, place Bir-Hakeim

38000 Grenoble

[www.paysagesdefrance.org](http://www.paysagesdefrance.org)

Association agréée dans le cadre national et habilitée pour prendre part au débat sur l'environnement au sein d'instances consultatives.



Paysages  
de France



SPPEF

**SPPEF**

Société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France

39, avenue de La Motte-Piquet

75007 Paris

[www.sppef.fr](http://www.sppef.fr)

Association reconnue d'utilité publique et agréée dans le cadre national

## Préambule

*(Les valeurs qui sous-tendent les mesures à prendre)*

■ Les textes régissant la publicité, les enseignes et les préenseignes figurent dans le livre V du Code de l'environnement, lequel traite de la « **prévention des pollutions, des risques et des nuisances**. »

Michel Serres a osé des mots très forts pour dénoncer « l'abomination » et les « coups de poing atroces » de ces « panneaux honteux », qui défigurent des pans entiers du paysage français et donc du visage de la France.

La mise en place d'un RLP est donc une occasion d'écouter aussi ce que disait sur cette question quelqu'un pourtant considéré comme particulièrement peu enclin à l'emportement<sup>1</sup>. Et de répondre à ce constat accablant par des actes :

Chaque collectivité se doit d'apporter sa contribution par des mesures concrètes permettant d'en finir avec l'image d'une « **France moche** », ces villes et bourgs ceinturés de laideur, par les « coups de poing atroces » des panneaux publicitaires et des enseignes aux abords des zones commerciales et dans ces dernières, le long des axes les plus fréquentés et jusqu'au cœur de nos villes, ainsi livrées aux afficheurs et aux pollueurs.

**2 -** En outre, l'enjeu dépasse de très loin les seules questions du paysage, du cadre de vie et du patrimoine :

Il n'est plus concevable, aujourd'hui, que des collectivités élaborent leur RLP(i) en faisant abstraction d'un enjeu **aussi crucial que l'urgence écologique**, laquelle demande en effet que de véritables mesures de « **salut public** » soient enfin prises.

<sup>1</sup> Michel Serres est allé jusqu'à s'étonner publiquement que « le public lui-même se soumette et ne fomenté jamais de réunion ni ne forme de foule en proie à une ire prophétique pour détruire ces panneaux honteux et leurs auteurs au milieu ! » Qu'un homme dont la « bonté se voyait et s'entendait », « honnête homme par excellence », « humaniste du XXI<sup>e</sup> siècle » et « visionnaire » (Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, 1<sup>er</sup> juin 2019), ait pu prononcer de telles paroles ne peut manquer de nous interpeller.

bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie et de leur environnement.

**Le respect du principe d'équité est un objectif que toute collectivité a à cœur de poursuivre** et qu'il lui convient donc également de poursuivre dans le cadre de l'élaboration d'une réglementation locale de la publicité et des enseignes (voir également *infra* ANNEXE 4, page 21).

4 - Il est de fait que certaines catégories de populations, moins armées que d'autres pour analyser le phénomène, mesurer les enjeux et résister aux séductions et aux injonctions des messages et images publicitaires, sont mises en difficulté par cet appel constant à consommer, qu'elles subissent jusque dans l'espace public.

Les protéger des effets que peut avoir la publicité dans l'espace public est un objectif que se doivent aussi de poursuivre les collectivités.

5 - La mise en danger<sup>5</sup> des usagers des voies publiques par la mobilité et la luminosité de messages dont la fonction est d'attirer le plus possible leur attention ne fait aucun doute.

La mise en place d'un RLP doit également permettre aux collectivités d'améliorer la sécurité de leurs administrés.

6 - La lutte contre la pollution du ciel nocturne et la protection de la biodiversité, victime de la débauche de lumière, sont désormais des enjeux environnementaux de première importance. Le RLP est un l'un des outils qui permet d'agir de façon concrète et efficace en la matière.

7 - Les acteurs économiques des centres-bourgs, des centres urbains et de proximité subissent la **concurrence féroce de la grande distribution**, laquelle recourt massivement à la publicité extérieure.

À cela s'ajoutent leurs enseignes, plus grandes, plus nombreuses, plus voyantes.

La mise en place d'un RLP permet de prendre les mesures favorisant un exercice moins déséquilibré et plus apaisé de la concurrence.

*La nécessaire prise en compte de ces enjeux dans le futur RLP d'Amiens et, partant, les importantes modifications et améliorations à apporter, dans cette perspective, au projet tel qu'arrêté conduit les associations Paysages de France et Sites & Monuments à faire les propositions et demandes qui suivent.*

**Les associations Paysages de France et Sites & Monuments rappellent** au demeurant qu'elles ont déjà fait part de leurs conseils :

- Sous la forme d'un opuscule argumenté déclinant les différents types de dispositifs et indiquant au cas par cas les mesures minimales de simple bon sens préconisées pour qu'un RLP puisse être considéré comme assurant une

<sup>5</sup> Des études dont les résultats sont concordants (25 à 29 % d'accidents en plus) ont été conduites sur cette question aux États-Unis (Alabama, Floride et Ohio), en Israël et en Suède.



# I - Publicités

## I – 1 Maintenir les mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement

Il est pour le moins paradoxal de prétendre « *préserver le patrimoine architectural* » tout en déconstruisant dans le même temps les mesures existantes destinées à le protéger.

Un tel parti pris va bel et bien à l'encontre de la volonté exprimée dans la première des orientations, qui est notamment de « ***préserver la patrimoine architectural*** », ce qui implique à tout le moins que ne soient pas remises en cause les mesures instaurées précisément pour assurer la protection des abords des monuments protégés ainsi que celle des sites inscrits. Un telle contradiction est d'ailleurs de nature à fragiliser juridiquement le futur RLP.

### 5.1 Orientations

**Préserver** le patrimoine architectural et naturel participant à l'attractivité et à l'identité de la ville.

Force est de constater que le rapport de présentation, s'il mentionne un certain nombre de sites inscrits, ne comporte pas même de plan permettant d'évaluer de façon lisible et transparente l'ampleur de la remise en cause des protections instaurées par le Code de l'environnement.

Cette lacune est d'autant plus grave que tout tend à démontrer que l'une des fonctions essentielles du projet de RLP tel qu'il se présente dans sa version actuelle est, en l'occurrence, c'est-à-dire dans de vastes secteurs, nullement de réduire la pollution et les nuisances engendrées par la publicité, mais bel et bien d'y introduire ou d'y conforter cette pollution et ces nuisances.

La société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France (SPPEF), désormais dénommée Sites & Monuments, du nom de sa prestigieuse revue, est notamment à l'origine de la loi du 21 avril 1906, complétée et modifiée par la loi du 2 mai 1930 sur la protection des sites, ainsi que de la loi du 21 avril 1910 sur l'affichage publicitaire. Elle est reconnue d'utilité publique.



label Patrimoine mondial l'UNESCO, dont se prévaut la commune dans sa communication et qui participe à son rayonnement, entraîne, certes, aucune obligation légale en matière d'affichage publicitaire. Pourtant, à peine d'apparaître placée, la revendication d'un tel label nécessite à tout le moins que la collectivité concernée ne remette pas en cause sur son territoire des réglementations protectrices du patrimoine (article L. 581 du Code de l'environnement).



Utiliser la procédure concernée pour proposer de déconstruire des mesures de protection préexistantes relève d'une forme de dévoiement de la finalité d'un RLP, laquelle est en effet de restreindre les atteintes causées à l'environnement par la présence de publicités dans l'espace public, pas d'en ajouter.

En mettant un terme, sur son territoire, à cette logique "dévoyée" qui affecte les ZP2, ZP3 et ZP4, la commune d'Amiens rejoindra le cercle des collectivités, qui ont d'ores et déjà choisi d'être, dans ce domaine éminemment symbolique, à la pointe de l'action en faveur de l'environnement.

*Les associations Paysages de France et Sites & Monuments demandent à madame la maire d'Amiens et à son conseil de renoncer à déroger à l'interdiction de la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.*

*Il s'agit en l'occurrence de donner un signal dont la portée politique et symbolique s'avère d'autant plus nécessaire que la procédure RLP est systématiquement détournée par les acteurs majeurs de l'affichage publicitaire pour en faire un outil leur permettant de défaire les mesures instaurées par le Code de l'environnement dans les secteurs protégés.*

*Et donc de faire des trottoirs des cœurs de ville l'un des fers de lance de l'affichage publicitaire.*

## **I - 2 Publicité sur mobilier urbain : devoir d'exemplarité de la collectivité**

Concernant spécifiquement la place accordée à la publicité sur mobilier urbain, les associations Paysages de France et Sites & Monuments insistent tout particulièrement sur la responsabilité qui incombe aux collectivités au regard des enjeux environnementaux cruciaux d'aujourd'hui, ces dernières se devant assurément d'être exemplaires et, par conséquent, de faire preuve du plus grand discernement s'agissant de l'autorisation de la publicité sur les voies publiques (trottoirs).

**Publicité sur les voies publiques : les associations Paysages de France et Sites & Monuments demandent aux collectivités de se montrer exemplaires.**

Ainsi, alors que les nuisances engendrées par la publicité extérieure ne peuvent plus être éludées eu égard notamment à l'urgence climatique, aux conséquences sur la santé et la biodiversité, à la pollution du ciel nocturne qu'elle engendre et aggrave au moment même où les collectivités prennent des mesures visant à réduire l'impact de l'éclairage public, le projet de RLP laisse implicitement entendre que les publicités sur les voies publiques pourraient, sans inconvénient, être implantées selon les formats<sup>8</sup> et les caractéristiques les plus pénalisants pour l'environnement, qui plus est de façon massive, c'est-à-dire sans même que ne s'applique la moindre règle de densité ou de limitation du nombre de faces publicitaires. Et cela jusque dans les lieux où toute publicité est normalement interdite par le Code de l'environnement (voir *supra*)...

Qui plus est, laisser ainsi la publicité s'installer massivement et déraisonnablement (nombre, formats, procédés, etc.) sur les trottoirs, alors même que la vocation du

<sup>8</sup> 8 m<sup>2</sup> hors encadrement, soit 10, 50 m<sup>2</sup> voire plus, en toute zone hormis dans la ZP1 où toute publicité est interdite par le RNP sans dérogation possible, ainsi que dans la modeste ZP3.

Projet de RLP de la commune d'Amiens (Somme).  
Observations et demandes des associations Paysages de France et Sites & Monuments (SPPEF). 23 juin 2021



## Publicités sur mobilier urbain

Les associations Paysages de France et Sites & Monuments demandent à madame la maire d'Amiens et à son conseil de reexaminer tout particulièrement sur ce point le projet de RLP et, si la publicité sur mobilier urbain devait être admise, de ne l'autoriser que de façon très limitée tant en surface qu'en nombre et selon les procédés les moins pénalisants pour l'environnement.

Les associations Paysages de France et sites & Monuments demandent donc que, en dehors des lieux mentionnés à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement où elle est interdite par le Code de l'environnement, la publicité sur mobilier urbain ne soit, à tout le moins, autorisée que sur les abris pour voyageurs et selon les modalités suivantes :

- Une seule face dédiée à la publicité commerciale, l'autre étant réservée à la promotion du patrimoine architectural, artistique et culturel de la commune, de communauté d'agglomération, du département ou de la région ;
- Interdiction des publicités défilantes ;
- Règle de densité ou nombre maximum de dispositifs pouvant supporter de la publicité à fixer dans le règlement ;
- Respect des horaires d'extinction.

En donnant ce signal fort, la commune d'Amiens serait l'une de celles qui, s'agissant de ce domaine en effet extrêmement sensible, montrerait la voie et non le contraire.



seulement des publicités murales et scellées au sol de grand format, y compris sur « mobilier urbain », mais également des **publicités numériques**<sup>10</sup> lesquelles font partie des dispositifs les plus agressifs, sur les voies publiques (trottoirs), ainsi que murales et scellées au sol du format maximum (8 m<sup>2</sup> "hors tout") fixé par le Code de l'environnement.

Ces zones d'activités couvrent de très vastes espaces.

Or l'un des objectifs à poursuivre dans le cadre de l'élaboration d'un RLP est de réhabiliter et dépolluer les zones d'activités commerciales, considérées comme des "territoires abandonnés", tristes symboles de la « *France moche* » et lieux où il convient précisément de réduire la débauche d'éclairage ainsi que l'incitation continuelle à consommer toujours plus.

Les zones commerciales notamment sont en effet, à travers leur incessante communication à coups de promotions, de véritables moteurs de la surconsommation et des effets désastreux que peuvent provoquer, sur l'environnement et au détriment de certaines catégories de populations, de tels excès.

Au-delà des seules mesures concernant les multiples nuisances environnementales et sociétales que peuvent engendrer à défaut de mesures appropriées l'affichage publicitaire et les enseignes, la mise en place d'un RLP doit également être l'occasion d'engager une réflexion plus globale sur les évolutions souhaitables concernant également le traitement architectural et l'aspect des bâtiments, la végétalisation, le traitement des aires de stationnement, etc.

## I - 6 – Mode de calcul de la surface des publicités

Le mode de calcul de la surface des publicités consistant à opérer une distinction entre la surface d'une « affiche » prise isolément et celle de ce qui constitue une « publicité » telle que définie au 1<sup>er</sup> alinéa de l'article L. 581-3 du Code de l'environnement est à proscrire absolument dans la mesure où il comporte de graves et nombreux inconvénients, sauf pour les afficheurs.

En effet ce mode de calcul :

**Distinguer la surface d'une « affiche » de celle d'une publicité est de nature à tromper sur la portée exacte d'un RLP, complique les choses, et n'est conforme ni à l'esprit ni à la lettre des dispositions de l'article L. 581-3 du Code de l'environnement.**

1. Est trompeur. Indiquer la surface d'une publicité en mettant en avant celle de l'affiche sans, notamment, prendre en compte l'encadrement (dite « *moulure* » par les afficheurs) est de nature à induire en erreur sur la portée réelle des mesures restrictives d'un RLP, la communication se faisant dès lors toujours et comme par hasard, par l'annonce de la surface de l'affiche et non sur celle de la publicité telle que définie par loi ;

2. Rend *de facto* plus difficile l'application d'un règlement ;

<sup>10</sup> 2m<sup>2</sup> hors encadrement sur les trottoirs et 6,50 m<sup>2</sup> hors encadrement sur mur et scellées au sol.



### III - Économie générale du projet (publicités et zonage)

*Afin notamment :*

- D'assurer la lisibilité du règlement et sa bonne application ;
- D'apporter une protection acceptable du cadre de vie et du paysage ;
- De respecter au mieux le principe d'équité ;
- De réduire au maximum les écarts entre les différentes zones ;
- D'apporter les réponses qui s'imposent, dans le cadre de l'élaboration d'un RLP(i), au regard de l'urgence climatique.

**Les associations Paysages de France et Sites & Monuments font les suggestions suivantes :**

**Réduction du nombre de zones (3 maximum).**

**Mesures prioritaires à prendre** (dans les secteurs où la publicité n'est pas interdite par le RNP) :

- **Interdiction des publicités scellées au sol \*** ;
- **Publicité autorisée uniquement sur façade entièrement aveugle** (interdite sur autres murs et clôture aveugle) ;
- **Format unique de 2 m<sup>2</sup> maximum** (à défaut 4 m<sup>2</sup>) « hors tout » à raison **d'une seule publicité par emplacement sur façade**.

\* À défaut, et dans une telle hypothèse, mesures conseillées : publicités scellées au sol autorisées uniquement en zone 4 ; non visibles de toute voie située hors de ladite zone, limitées à 2 m<sup>2</sup> maximum et à 2,20 m de hauteur maximum ; dispositifs motorisés et affiches défilantes interdits ; autorisées à raison d'un dispositif par unité foncière de plus de 100 mètres.

### IV – Horaires d'extinction des publicités et des enseignes

Au moment où l'actualité ne cesse de nous rappeler à quels défis environnementaux la planète est confrontée et où l'urgence écologique impose d'agir, l'enjeu est évidemment de taille.

Les associations Paysages de France et Sites & Monuments lancent donc un appel à madame la maire d'Amiens et aux membres de son conseil pour qu'un arbitrage, dont elles ne doutent pas qu'ils en mesurent toute l'importance, intervienne dans ce sens.

#### **Horaires d'extinction**

***Propositions des associations Paysages de France et Sites & Monuments :***

#### **Publicités lumineuses :**

1. *Entre 20 heures et 8 heures, du 1<sup>er</sup> novembre au 31 mars ;*
2. *Entre 21 heures et 7 heures, du 1<sup>er</sup> avril au 31 octobre.*

#### **Enseignes lumineuses :**

*Les enseignes lumineuses sont éteintes lorsque l'activité a cessé et sont rallumées lorsque l'activité reprend.*



donc à l'inverse des mesures qu'il convient de prendre pour, notamment, « réhabiliter » ces secteurs et assurer un exercice plus équilibré (ou moins « brutal ») de la concurrence.

**Surface et nombre des enseignes apposées à plat (autres que sur clôtures)  
(ZP1, ZP4 et ZP5)**

**Proposition des associations Paysages de France et Sites & Monuments :**

*Le nombre d'enseignes à plat sur une même façade commerciale est limité à trois.*

*La surface cumulée de ces enseignes sur une même façade ne peut ni dépasser 15 % de la surface de ladite façade ni dépasser la surface de :*

- 4 m<sup>2</sup> en ZP1 et ZP5, et en ZP4 lorsque la surface de cette façade est égale ou inférieure à 50 m<sup>2</sup> ;
- 6 m<sup>2</sup> en ZP4 lorsque la surface de cette façade est supérieure à 50 m<sup>2</sup>.

*Ces enseignes ne peuvent être installées que sur la façade principale.*

**Exposé des motifs**

- Éviter que ne puissent être installées sur certains bâtiments des enseignes de très grandes dimensions ;
- Éviter le phénomène de surenchère ;
- Assurer un exercice plus équilibré de la concurrence entre acteurs économiques ;
- Protection du cadre de vie.

## VI - 2 Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

*Le projet, dans sa version actuelle, prévoit d'autoriser des enseignes au sol sur la quasi-totalité du territoire de la commune, leur surface variant en fonction de la zone dans laquelle elles sont implantées :*

- 2 m<sup>2</sup> en ZP2 et ZP3)
- 4 m<sup>2</sup> en ZP1 et ZP5
- 6 m<sup>2</sup> en ZP4

*L'**impact visuel** d'une enseigne scellée au sol, même non éclairée, est souvent considérable. Les enseignes dites « totem » participent fortement à la **banalisation** du paysage.*

• Les enseignes scellées au sol, qu'elles soient de type « traditionnel », semblables aux publicités scellées au sol, ou de type dit « totem » impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue ;

• Les modèles de type « totem », se caractérisent, du fait notamment des couleurs et matériaux utilisés, par leur aspect clinquant et "industriel". Déclinés partout, ils sont un facteur de banalisation du paysage urbain ;

• L'utilité de ces dispositifs n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets « pervers » :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité ;

## VI - 3 Enseignes temporaires

Réglementer dans le cadre de l'élaboration d'un RLP les enseignes temporaires signalant des « *manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois* » (article R. 581-70), très peu encadrées par la réglementation nationale (RNP), constitue un enjeu très important.

En effet, dès lors que le règlement local reste silencieux sur telle ou telle catégorie d'enseigne (murales, au sol, perpendiculaires, lumineuses, sur toitures, etc.) et se borne à renvoyer implicitement aux dispositions du Code de l'environnement, la succession de quatre opérations dites « *exceptionnelles* » dans l'année permet de transformer les enseignes temporaires en un affichage permanent susceptible de s'affranchir, selon le cas, de la totalité ou d'une partie des mesures applicables aux enseignes pérennes correspondantes.

Ainsi, à défaut de mesures adaptées, les dispositions spécifiques régissant ce type d'enseignes peuvent donc conduire à d'importantes dérives et priver en partie de leur portée les mesures relatives aux enseignes permanentes, qu'elles soient issues du RNP ou prises dans le cadre d'un règlement local. Mais également provoquer une surenchère entre les différents commerces et aggraver au profit de certains le déséquilibre qui peut prévaloir dans l'exercice de la concurrence.

Rien dans la réglementation nationale n'interdit par exemple d'installer en agglomération et même hors agglomération des enseignes temporaires, sur façades et sur mur, de très grandes dimensions voire géantes.

Et rien même n'interdit de recouvrir la totalité des façades.

Il s'agit donc là d'un point à ne surtout pas négliger et qui demande que les prescriptions du RLP soient parfaitement explicites.

S'agissant des enseignes temporaires, le projet de RLP d'Amiens autorise « *une seule enseigne par unité foncière* », non lumineuse, fixe à 8 m<sup>2</sup> la surface de ces dernières et interdit les enseignes sur toiture.

Cependant, il n'est pas précisé si l'enseigne temporaire en question peut être scellée au sol ou apposée sur mur.

De même, il n'est pas précisé si la surface de 2 m<sup>2</sup> maximum applicable aux enseignes sur clôture (cf. dispositions générales) s'applique également aux enseignes temporaires.

Afin d'éviter toute difficulté d'interprétation, il est conseillé de recourir à une formulation différente consistant à indiquer ce qui est autorisé à l'exclusion de tout autre type de dispositif.

Par ailleurs, les associations recommandent de limiter davantage la surface maximale desdites enseignes.

### Enseignes temporaires

Seule est autorisée, à l'exclusion de tout autre dispositif :

- Une enseigne non lumineuse,
- Apposée sur façade,
- D'une surface de 2 m<sup>2</sup> maximum

## ANNEXE - 2

### Dispositifs numériques



dispositifs **les plus accidentogènes**<sup>14</sup>.

Les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, **sont considérés par les professionnels comme ayant le plus fort impact.**

Outre leur effet de banalisation du paysage urbain, leur effet perturbateur sur l'ambiance paysagère d'un lieu est extrêmement important.

Leur "agressivité", du fait notamment de la puissance lumineuse diffusée et d'éclairs (*flashes*) intermittents, est considérable et leur effet à grande distance – tout particulièrement en fin de journée ou en soirée selon les saisons – n'est plus à démontrer.

Il n'est donc pas étonnant qu'une étude conduite dans le Douaisis fasse état d'un « **impact visuel de 700 % plus important qu'un dispositif traditionnel.** »

Ils aggravent donc en outre, et cela de façon très importante, la **pollution du ciel nocturne.**

Ce sont également, de très loin, les

Ils sont une cause de **gaspillage énergétique** d'autant plus choquante que ce gaspillage prend une allure ostentatoire.

Diffusant des messages mobiles, animés et renouvelables en permanence, ils jouent désormais le rôle de publicités démultipliées, notamment sur l'emprise de certaines grandes et moyennes surfaces commerciales et aggravent par là même les distorsions de concurrence.

Pour toutes ces raisons, nombre de communes interdisent purement et simplement les dispositifs numériques sur l'ensemble de leur territoire.

Il convient donc, pour toutes ces raisons, saisir cette possibilité qu'offre la mise en place d'un RLP pour proscrire la publicité et les enseignes numériques.

<sup>14</sup> Voir note n° 5 page 3.

## ANNEXE - 4

### Respecter le droit de tous les habitants d'un même territoire à bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie et de l'environnement

L'un des principes « sacro-saints » que se doit de poursuivre toute collectivité est de considérer que tous les habitants d'un même territoire, en l'occurrence tous les administrés, ont *a minima* le droit de bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie. Et donc d'éviter de faire du RLP un outil qui pénalise certains habitants et, partant, instaure des mesures qui seraient alors incontestablement discriminatoires.

À défaut, ce serait la collectivité elle-même qui déciderait d'organiser la mise en place de mesures allant très exactement à l'encontre du principe d'équité.

**Or le respect du principe d'équité est, au contraire, un objectif que toute collectivité a à cœur de poursuivre**, et qu'il lui convient donc de poursuivre dans le cadre de l'élaboration d'une réglementation locale de la publicité et des enseignes.

Si des mesures adaptées peuvent dans certains cas se justifier, notamment dans ceux des secteurs patrimoniaux qui ne sont pas déjà protégés en application des dispositions des articles L. 581-4 et L. 581-8, il convient de réduire au mieux les distorsions entre les différents espaces d'un même territoire et les inégalités de traitement entre habitants qui pourraient en résulter. Et donc de faire en sorte que les mesures prises dans les secteurs où la réglementation nationale est considérablement moins protectrice tendent vers une réduction significative des écarts que permet sinon cette dernière.

Deux des principales mesures permettant de réduire les écarts de niveau de protection consistent notamment à :

1. Limiter la surface des publicités murales à 2 m<sup>2</sup> hors tout (à défaut, 4 m<sup>2</sup>) dans tous les secteurs où la publicité n'est pas interdite en application des articles L. 581-4 et L. 581-8 du Code de l'environnement ;
2. Interdire les publicités scellées au sol de façon à éviter qu'elle ne soient la principale cause de pollution des secteurs autres que de centre-ville où, généralement, la configuration du bâti ne permet pas leur implantation.

## ANNEXE - 5

### Réhabiliter et "apaiser" les zones d'activités et les intégrer dans l'urbanité

Les zones d'activités couvrent souvent de très vastes espaces. Les axes commerciaux, quant à eux, traversent des portions importantes du territoire et impactent, parfois très fortement, certaines entrées de ville.

L'un des objectifs à poursuivre dans le cadre de l'élaboration d'un RLP est de réhabiliter et dépolluer les zones d'activités commerciales, tristes symboles de la « France moche » et lieux où il convient précisément de réduire la débauche d'éclairage ainsi que l'incitation continuelle à consommer toujours plus.





**AGRICULTURES  
& TERRITOIRES**  
CHAMBRE D'AGRICULTURE  
SOMME



A21-17118

01/07/2021



**Madame le Maire  
Mairie d'AMIENS  
Place de l'Hôtel de Ville  
80027 AMIENS CEDEX 1**

**Amiens, le 24 juin 2021**

**Chambre d'agriculture  
de la Somme**  
Pôle de l'Agriculture  
19 bis rue Alexandre Dumas  
80096 Amiens Cedex 3  
Tél. : 03 22 33 69 00  
Fax : 03 22 33 69 29

**Bureau d'Abbeville**  
88 Bd de la République  
80100 Abbeville  
Tél. : 03 22 20 67 30  
Fax : 03 22 20 67 39

**Bureau d'Estrées-Mons**  
Station de l'Inra  
2 domaine Brunehaut  
80200 Estrées-Mons  
Tél. : 03 22 85 32 10  
Fax : 03 22 85 32 19

**Bureau de Villers-Bocage**  
44 rue du Château d'Eau  
BP 70018  
80260 Villers-Bocage  
Tél. : 03 22 93 51 20  
Fax : 03 22 93 51 28

Objet : Avis révision du Règlement Local de Publicité de la ville d'AMIENS  
Affaire suivie par Joseph NIAUX (03.22.33.69.09) et Yannick DECOSTER

**Madame le Maire,**

Vous avez consulté la Chambre d'Agriculture de la Somme sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la ville d'AMIENS, qui nous est parvenu le 5 mai 2021.

Cette révision vise à permettre un meilleur encadrement de la publicité et des enseignes au sein de la ville d'Amiens. Elle a pour but d'actualiser le Règlement Local de Publicité (RLP) par rapport aux évolutions législatives et réglementaires, de protéger le patrimoine de la ville d'une pollution visuelle et d'ajouter de nouvelles règles afin de mieux encadrer les nouveaux dispositifs de publicités.

Après analyse du projet, nous considérons que cette évolution n'impacte pas l'activité agricole. La chambre d'agriculture **n'a donc pas à se prononcer** sur la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la ville d'Amiens.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Maire, mes salutations distinguées.

**La Présidente,**

**Françoise CRÉTÉ**



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
Etablissement public  
loi n° 31/01/1924  
Tél : 03 22 93 51 20  
www.somme.chambre-agriculture.fr

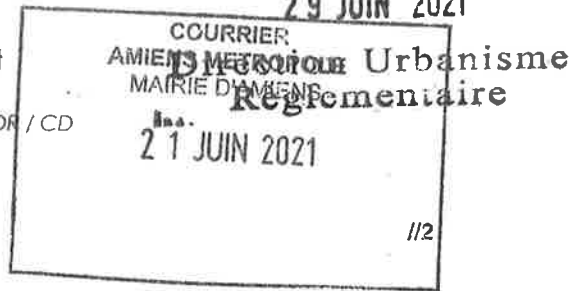
accueil@somme.chambagri.fr  
www.somme.chambre-agriculture.fr



29 JUIN 2021

Le Président

Réf : DGAED / DR / CD



**Madame Brigitte FOURE**  
**Maire d'AMIENS**  
**Direction Urbanisme Réglementaire**  
Mairie d'Amiens  
Place de l'Hôtel de Ville  
80027 - AMIENS Cedex 1

**Amiens**

le **17 JUIN 2021**

Madame le Maire,

Vous m'avez transmis, par courrier en date du 5 mai 2021, le projet de règlement local de publicité de la Ville d'Amiens.

Après étude de votre projet, il s'avère que nous n'avons pas d'observation à émettre à ce sujet.

Je vous prie d'agréer, Madame le Maire, l'expression de ma considération distinguée.

Le Président du Conseil départemental  
de la Somme,

**Stéphane HAUSSOULIER**

Conseiller départemental du canton  
Abbeville II

Vu  
AV



C



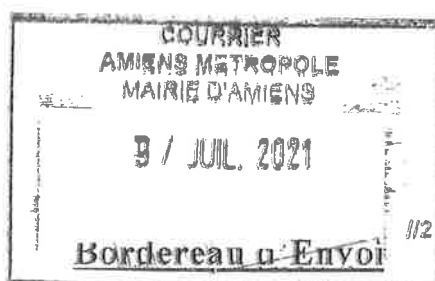
A21-17909

09/07/2021

Monsieur SOULABAILLE Siegfried  
Directeur Général des Services  
de la Ville de CAMON

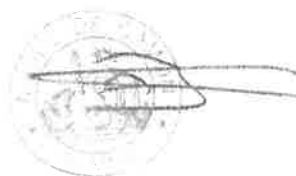
à

Mairie d'AMIENS  
Service Enseigne  
Rue Malmaison  
80000 AMIENS



DESIGNATION	NOMBRE	OBSERVATIONS
- Délibération du Conseil Municipal du 30 juin 2021 relative à l'Avis sur le projet de règlement local de publicité de la Ville d'AMIENS.	1	Vous en souhaitant bonne réception.
- Projet de règlement local de publicité.	1	

Le Directeur Général des Services  
Siegfried SOULABAILLE



COMMUNE DE CAMON

SEANCE DU 30 JUIN 2021

CONSEIL MUNICIPAL

DELIBERATION

n°12

**OBJET : Avis sur le projet de règlement local de publicité  
de la ville d'AMIENS.**

CONSIDERANT le transfert le 5 mai 2021 par Madame le Maire d'Amiens du projet de règlement local de publicité arrêté par le Conseil Municipal d'Amiens le 22 avril 2021,  
CONSIDERANT le document joint,  
CONSIDERANT que le projet prend en compte les évolutions réglementaires nationales,  
CONSIDERANT que le projet de découpage du territoire amiénois en cinq zones prenant en compte la protection des sites inscrits de la commune et les cônes de vue sur ceux-ci,  
CONSIDERANT que ce projet apparaît adéquat pour la ville d'Amiens et pour l'agglomération amiénoise,

***Le Conseil Municipal de la Ville de CAMON***

VU le Code Général des Collectivités Territoriales,  
VU le Code de l'Environnement,  
VU le Code de l'Urbanisme,

**DELIBERE**

ARTICLE 1 : Emet un avis favorable au projet de règlement local de publicité approuvé par la ville d'Amiens.

ARTICLE 2 : Monsieur le Maire est chargé de l'exécution de la présente délibération.

Fait à CAMON, le 30 juin 2021

Le Maire,

Jean-Claude RENAUX

Membres présents : 26  
Suffrages exprimés : 26  
POUR : 26  
CONTRE : 0  
ABSTENTIONS : 0







Commune  
de  
POULAINVILLE

PLACE DU 8 MAI  
80260 POULAINVILLE

Tél. : 03.22.43.26.16

[m.caridroit@amiens-metropole.com](mailto:m.caridroit@amiens-metropole.com)

CORRIER  
AMIENS METROPOLE  
MAIRIE D'AMIENS

01 JUIN 2021

**BORDEREAU  
D'ENVOI**

VILLE D'AMIENS

01 JUIN 2021

Direction Urbanisme  
Règlementaire

**MAIRIE**

Direction Urbanisme  
réglementaire

80000-AMIENS

A l'attention de

Mme VERNEZ Mylène  
De

Le 29 Mai 2021

Monsieur le Maire  
Place du 8 mai  
80260-POULAINVILLE

**OBJET :**

Révision du Règlement Local  
de Publicité

Bonjour,

Merci de trouver en PJ la délibération  
se rapportant à l'objet ci-contre.

Recevez mes salutations les meilleures.

Mme CARIDROIT Madeleine

Secrétaire de Mairie



*Mylène*

REGISTRE  
DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

Nombre de conseillers

en exercice	15
présents	12
votants	15
absents	3
exclus	0

De la commune de : POULAINVILLE

Séance 27 mai 2021.

L'an deux mille vingt et un, le vingt-sept mai à 20h30,  
Le Conseil Municipal de cette commune, régulièrement convoqué, s'est  
réuni au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses  
séances sous la présidence de M. VITRY, Maire de Poulainville.

Date de la  
convocation :  
20 mai 2021  
Date  
d'affichage :  
20 mai 2021

Etaient présents les conseillers municipaux suivants :  
ANDRIAMANDRINDRA Nora, COLASSE Fanny, DOMONT Monique,  
DONNETTE Jeanine, GASTIGAR Fabien, HEMBERT Christian,  
LARIVIERE Jean-Michel, LESAGE Françoise, MANGOT Philippe,  
PARDOUX Jean-Pierre, SERE Eddy, VITRY Claude.  
Absents : BOCQUET Alain (pouvoir JP.PARDOUX)  
DUTILLOY Lucette (pouvoir JP.PARDOUX)  
HULIC Céline (pouvoir M.DOMONT)

Mme DOMONT Monique a été nommée secrétaire.

Objet :

Avis du conseil municipal sur le  
projet de règlement local de  
publicité d'Amiens.

Par délibération en date du 22 avril 2021, le Conseil Municipal  
d'Amiens a arrêté le projet de règlement local de publicité.  
Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,  
Vu le Code de l'Environnement Article L.581-14-1  
Vu le Code de l'Urbanisme Article L.153-16

Le Conseil Municipal est sollicité pour donner son avis sur le projet de  
règlement local de publicité tel qu'il est annexé à la présente  
délibération.

APRES EN AVOIR DELIBERE, LE CONSEIL MUNICIPAL

Fait et délibéré en séance ce  
jour, mois et an susdits et ont  
signé au registre tous les  
membres présents..

EMET un avis favorable à l'unanimité.

Le Maire, Claude VITRY



26 MAI 2021



A21-13701

27/05/2021

Le 21 mai 2021

1/5

Département de la Somme

Arrondissement d'Amiens

CANTON D'AMIENS 7 S.O.

MAIRIE D'AMIENS

M. Gilles RYCKEBUSCH

Place de l'Hôtel de Ville

BP 2720

80027 AMIENS CEDEX 1

Affaire suivie par : Mylène VERNEZ

Madame, monsieur,

Pour faire suite à votre courrier du 5 mai dernier, nous transmettant votre projet de règlement local de publicité.

Nous vous informons donner un avis favorable à celui-ci.

Nous vous prions d'agréer, madame, monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

Le maire,

Loïc BULANT

