

# ***Enquête publique***

## ***Révision du Règlement Local de Publicité de la ville d'AMIENS***

**du 16 août au 21 septembre 2021  
prolongée jusqu'au 5 octobre 2021  
sur une période totale de 51 jours**

**Arrêté municipal du 30 juillet 2021  
de Madame le Maire d'AMIENS**

**Rapport d'enquête et conclusions motivées  
du commissaire-enquêteur désigné par  
ordonnance n° E 21000089/80  
de Madame la Présidente du Tribunal administratif d'Amiens.**

**Jean-Claude HELY  
Commissaire-enquêteur**



## Rapport du Commissaire - enquêteur

1.	OBJET DE L'ENQUETE .....	1
2.	PRESENTATION DU PROJET .....	1
2.1.	Le contexte.....	1
2.2.	Cadre réglementaire .....	1
2.3.	Le diagnostic .....	2
2.3.1.	Le patrimoine .....	2
2.3.2.	Publicités et préenseignes .....	2
2.3.3.	Mobilier urbain.....	2
2.4.	Les orientations.....	3
2.5.	Les objectifs .....	3
2.6.	Le plan de zonage .....	3
2.7.	Les enseignes .....	4
2.8.	Pollution lumineuse .....	4
2.9.	Concertation.....	4
2.10.	Le dossier d'enquête.....	5
3.	ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE.....	5
3.1.	Organisation de l'enquête .....	5
3.2.	Publicité et information du public .....	5
3.2.1.	Annonces légales.....	5
3.2.2.	Publicité complémentaire .....	6
3.2.3.	Affichage .....	6
3.3.	Prolongation de l'enquête .....	6
3.4.	Permanences du Commissaire-enquêteur .....	6
3.5.	Conditions d'accueil du public et climat de l'enquête .....	7
3.6.	Déroulement des permanences .....	7
3.7.	Formalités d'ouverture et de clôture de l'enquête publique .....	7
3.8.	Procès verbal des observations et mémoire en réponse .....	7
3.9.	Clôture de l'enquête et transmission du rapport .....	7
3.10.	Participation du public.....	8
3.11.	Les thèmes abordés .....	8
4.	ANALYSE DES OBSERVATIONS.....	9
4.1.	Densité .....	9
4.2.	Implantation et format des dispositifs .....	11
4.3.	Publicité numérique et lumineuse .....	11
4.4.	Règles de concurrence .....	13
4.5.	Zonage .....	13
4.6.	Documents graphiques .....	13
4.7.	Mobilier urbain.....	14
4.8.	AVIS DES PPA .....	16
4.8.1.	DDTM.....	16
4.8.2.	CDNPS.....	17
4.8.3.	Paysage de France et Sites & Monuments .....	18
4.9.	Analyse des réponses aux observations .....	20
4.	ANNEXES .....	22
1	Désignation du commissaire-enquêteur .....	23
2	Article du Courrier Picard du 23 juillet 2021 .....	24
3	Article du Courrier Picard du 24 août 2021 .....	24
4	Notification de prolongation de l'enquête.....	25
5	Annonces légales de prolongation de l'enquête .....	27
6	Procès verbal des observations.....	27
7	Mémoire en réponse aux observations.....	28



# Rapport du Commissaire - enquêteur

## 1. OBJET DE L'ENQUETE

La présente enquête publique concerne la révision du Règlement Local de Publicité de la ville d'Amiens.

## 2. PRESENTATION DU PROJET

### 2.1. Le contexte

La réglementation nationale applicable à la publicité, aux enseignes et préenseignes a été profondément modifiée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012. Il convient donc d'adapter les règles du règlement local de 2004 modifié le 27 janvier 2012 pour les mettre en adéquation avec le nouveau cadre juridique.

### 2.2. Cadre réglementaire

- Code de l'Urbanisme, notamment l'article L.153-19
- Code de l'Environnement, notamment les articles L.123-1 à L.123-18 et R.123-1 à R. 123-27
- Délibération du Conseil municipal d'Amiens en date du 12 septembre 2019 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité et fixant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation.
- Délibération du Conseil municipal en date du 22 avril 2021 arrêtant le projet de RLP.
- Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement.
- Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012.

Le Règlement National de Publicité (RNP) a pour fonction de définir des règles applicables à l'ensemble du territoire national.

Les villes ont la possibilité de définir d'autres règles, plus restrictives que le RNP, par le biais d'un document propre à la commune ; le « Règlement Local de Publicité » dit RLP.

Lorsque sur certains aspects le RLP ne comporte pas de prescriptions particulières, ce sont les règles du RNP qui s'appliquent.

## 2.3. Le diagnostic

### 2.3.1. Le patrimoine

La ville d'Amiens dispose d'un cadre verdoyant avec de nombreux parcs, dont certains recensés en tant que sites inscrits (Parc de la Hotoie, Parc Saint-Pierre, les Hortillonnages, cimetière de la Madeleine). La Vallée de la Somme qui traverse la Ville d'Est en Ouest, les étangs et les canaux qui lui sont associés, ont façonné la ville au fil des siècles.

Première ville de France en nombre d'inscriptions au patrimoine de l'UNESCO (2 pour la cathédrale et 1 pour le beffroi). La commune compte un patrimoine exceptionnel : 53 monuments protégés au titre des monuments historiques, 126 lieux et monuments répertoriés à l'inventaire général du patrimoine culturel et également 263 objets protégés au titre des monuments historiques et 122 objets répertoriés à l'inventaire général du patrimoine culturel.

### 2.3.2. Publicités et préenseignes

Un recensement des publicités et préenseignes, réalisé courant 2019, a permis d'identifier 246 dispositifs : 75 dispositifs scellés au sol et 171 dispositifs muraux, principalement de format 12m<sup>2</sup> et 8m<sup>2</sup>.

La grande majorité de ces dispositifs sont principalement localisés en grappes, le long des grands axes de circulation, en direction du centre de la ville, où la densité est particulièrement forte.

Formats	Nombre de dispositifs
12m <sup>2</sup>	99
8m <sup>2</sup>	130
6m <sup>2</sup>	14
4m <sup>2</sup>	1
2m <sup>2</sup>	2

### 2.3.3. Mobilier urbain

Le territoire Amiénois dispose également de nombreuses publicités sur mobilier urbain. Ces dispositifs se concentrent de manière importante dans le centre ancien, notamment les mobiliers urbains pour l'information (MUPI), de grands mobiliers d'information (SENIOR) et de multiples abribus, en augmentation depuis les nouvelles orientations de la ville sur les transports collectifs (bus et vélo).

Le mobilier urbain, et l'affichage de la publicité sur ces dispositifs, sont la résultante de 2 contrats.

Le premier contrat de mobilier urbain et de vélos en libre-service pour la ville d'Amiens porte sur 161 MUPI de 2m<sup>2</sup> de surface publicitaire, 230 abribus (2m<sup>2</sup> d'affichage publicitaire), 83 SENIORS de 8 m<sup>2</sup> de surface publicitaire, 4 colonnes d'affichage culturel, 60 mâts de signalisation économique, ainsi que 30 fléchages événementiels et des stations Vélo.

Le second contrat, porte sur la mise en place de 200 nouveaux abribus publicitaire sur le territoire de la Métropole, dont 10 abribus possédant des écrans numériques de 2 m<sup>2</sup>.

Type de Mobilier	Abribus avec écrans numériques	MUPI 2m <sup>2</sup>	SENIOR 8m <sup>2</sup>	Abribus	Colonne porte-affiche	Mât de signalisation économique
Nombre	10	161	83	230 + 190	4	60

## 2.4. Les orientations

- Préserver le patrimoine architectural et naturel participant à l'attractivité et à l'identité de la ville.
- Protéger les espaces remarquables d'un point de vue paysager et définir des cônes de vue sur des éléments patrimoniaux importants et à forte valeur identitaire pour les mettre en valeur.
- Améliorer la qualité et l'efficacité de la communication commerciale au niveau du format des enseignes et en instaurant des prescriptions qualitatives.
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies non définies dans le précédent RLP de 2012.
- Limiter la pollution visuelle aux entrées de villes et sur les grands axes structurant l'agglomération.

## 2.5. Les objectifs

- Mettre le RLP en conformité avec les évolutions législatives et réglementaires.
- Supprimer les règles du RLP de 2012 qui contredisaient le RNP.
- Fixer des dimensions maximales de publicité par type de mobilier urbain et réduire leurs nombres dans certaines zones.
- Veiller à éviter une sur-densité d'affichages publicitaires et d'enseignes.

## 2.6. Le plan de zonage

Une réduction du nombre de zones est prévue. Le RLP de 2012 encadre la publicité autour de neuf zones. Dans le projet de révision, cinq zones sont délimitées avec un règlement spécifique à chaque zone :

- **La zone de publicité n° 1**

Elle définit les lieux situés hors agglomération (secteurs non agglomérés) dans lesquels la publicité est interdite en application du Règlement National. Elle comprend des habitations ou activités isolées ainsi que les zones naturelles et agricoles.

- **La zone de publicité n° 2**

Elle correspond aux Monuments Historiques, aux abords immédiats de la Cathédrale Notre Dame et du Beffroi classés patrimoine mondial de l'UNESCO, les abords immédiats du Palais de Justice, du Musée, de la Bibliothèque et du Cirque Jules Verne, le quartier Saint-Leu, les abords immédiats de la Citadelle et du jardin des plantes, les zones de protection des fosses et gisements archéologiques ainsi que les sites inscrits et classés (les hortillonnages, le parc de l'évêché, le parc de la hotoie, le parc Saint Pierre, le cimetière de la Madeleine, une partie des boulevards intérieurs).

La délimitation de cette zone reprend en grande partie le secteur d'affichage interdit défini par le Règlement Local de Publicité du 27 janvier 2012.

La publicité est interdite, à l'exception de la publicité papier éclairée par transparence limitée à une surface unitaire de 2 m<sup>2</sup> sur les abribus.

- **La zone de publicité n°3**

Elle correspond notamment au centre ancien et aux faubourgs à caractère historique, riche en patrimoine bâti. Il s'agit des abords des Monuments Historiques qui ne sont pas compris dans la ZP2.

La délimitation de cette zone correspond aux périmètres de 500 mètres autour des Monuments Historiques ou PDA (périmètres délimités des abords) dans lesquels la publicité est interdite en application du Règlement National (PDA ou covisibilité dans les périmètres de 500 mètres).

Des cônes de vues offrant un panorama formé de diverses entités architecturales ou paysagères ont également été intégrés dans la ZP3 : Avenue de l'Europe, rue Vulfran Warmé, rue Saint Fuscien, rue Lemerchier, rue Delpech, le haut de la rue Saint-Honoré, rue de Rouen, avenue François Mitterrand, avenue Pierre Mendès France.

La publicité sur mobilier urbain (abribus, muppi, senior) est autorisée avec une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> pour la publicité numérique et 8 m<sup>2</sup> pour la publicité papier éclairée par transparence.

La publicité implantée sur immeuble privé est autorisée dans les périmètres de 500 m hors PDA lorsqu'il n'y a pas de visibilité (uniquement la publicité non numérique sur mur dans un format de 8 m<sup>2</sup>).

- **La zone de publicité n° 4**

Elle regroupe les zones d'activités commerciales, industrielles et artisanales : zone d'activité Montières, ZI Nord, ZI Pôle Logistique, zone d'activité Vallée Saint Ladre, shopping Promenade et la partie commerciale des ZAC Vallée des Vignes, Paul Claudel et Renancourt.

La publicité sur mobilier urbain (abribus, muppi, senior) est autorisée avec une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> pour la publicité numérique et 8 m<sup>2</sup> pour la publicité papier éclairée par transparence.

La publicité implantée sur immeuble privé (sur mur ou scellée au sol) est limitée à 8 m<sup>2</sup> (6,50 m<sup>2</sup> pour le numérique) et un seul dispositif est autorisé par unité foncière (sauf exception pour les grandes unités foncières).

- **La zone de publicité n° 5**

Elle correspond aux zones à vocation résidentielle ou mixte, c'est-à-dire, l'ensemble des secteurs agglomérés qui ne sont pas compris dans les zones n° 2,3 et 4.

La publicité sur mobilier urbain est autorisée avec une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> pour la publicité numérique et 8 m<sup>2</sup> pour la publicité papier éclairée par transparence.

La publicité implantée sur immeuble privé (sur mur ou scellée au sol) est limitée à 8 m<sup>2</sup> (2 m<sup>2</sup> pour le numérique) et un seul dispositif est autorisé par unité foncière.

Les publicités scellées au sol sont interdites lorsque la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 20 mètres.

## 2.7. Les enseignes

Elles sont autorisées sur tout le territoire d'Amiens. Les dispositions du RLP de 2012 encadrant l'implantation des enseignes, limitant leur surface et leur hauteur sont conservées. Les nouveautés apportées sont essentiellement l'interdiction de certains dispositifs sur tout le territoire (enseignes sur toiture, enseignes numériques, enseignes sur garde-corps ou balcons). Ces interdictions seront mises en œuvre à l'occasion du remplacement ou pour les nouvelles installations.

Des règles plus strictes pour les enseignes temporaires sont prévues car elles sont source de pollution visuelle, du fait notamment des nombreuses opérations immobilières.

## 2.8. Pollution lumineuse

Afin de lutter contre la pollution lumineuse, le RLP prévoit l'extinction des publicités et enseignes lumineuses entre 23h et 7h (contre 1h – 6h actuellement), à l'exception des établissements dont l'activité cesse ou commence entre 23h et 7h pour lesquels les enseignes seront éteintes 1h après la cessation d'activité ou peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité.

## 2.9. Concertation

A la suite de la délibération du Conseil Municipal du 12 septembre 2019 qui a engagé la procédure de révision du RLP, une concertation a été lancée dès octobre 2019 avec la mise à disposition d'un registre d'observations en Mairie et des documents d'information sur le site internet de la ville.

Des réunions de travail ont été organisées avec les services de l'Etat (DDTM), l'Architecte des bâtiments de France (ABF) et l'Association Paysage de France.

- 1<sup>er</sup> février 2021 Réunion avec les associations de commerçants du Centre-ville. Les représentants ne se sont pas déplacés, un document d'information leur a été transmis.
- 2 février 2021 et 25 mars 2021 Réunions avec les professionnels (enseignistes, storistes, sociétés d'affichage)
- 4 février 2021 Réunion avec les personnes publiques associées (seuls les services de l'Etat étaient présents.)
- 10 février 2021 Réunion publique.

## 2.10. Le dossier d'enquête

Contenu du dossier d'enquête publique :

- Une **note de présentation** précisant les coordonnées du maître d'ouvrage du projet de révision du RLP, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet soumis à enquête a été retenu.
- Les **avis émis** sur le projet de révision du règlement local de publicité.
- Le **bilan de la concertation** mise en œuvre lors de l'élaboration du projet de révision du règlement local de publicité, adopté par le conseil municipal lors de la séance du 22 avril 2021
- Le **projet de révision du règlement local de publicité** comprenant :
  - Le rapport de présentation
  - Le règlement
  - Les annexes (Plan de zonage, PDA, arrêté fixant les limites de l'agglomération)
- L'arrêté d'enquête du 30 juillet 2021.

*Les documents présentés dans le dossier d'enquête sont conformes à la réglementation. La note de présentation traduit correctement les informations techniques, parfois complexes, du rapport de présentation et du règlement pour les rendre accessibles aux non spécialistes.*

*Les documents graphiques (plan de zonage, PDA) ne sont pas correctement exploitables.*

## 3. ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE

### 3.1. Organisation de l'enquête

Le 21 mai 2021, Madame le maire d'Amiens a demandé à la présidente du Tribunal Administratif la désignation d'un commissaire-enquêteur.

Par décision n° E21000089/80 en date du 9 juin 2021, Madame la Présidente du Tribunal Administratif d'Amiens a désigné Jean-Claude HELY en qualité de Commissaire-enquêteur pour mener l'enquête publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité de la ville d'AMIENS. (annexe 1)

Une réunion préparatoire s'est déroulée le 27 juillet 2021 à la direction de l'urbanisme réglementaire de la ville d'Amiens avec madame Mylène VERNEZ pour aborder les aspects techniques et les modalités d'organisation de l'enquête publique.

Par arrêté du 30 juillet 2021 Madame le Maire d'Amiens a prescrit la conduite de l'enquête publique du lundi 16 août 2021 à 09h00 au mardi 21 septembre 2021 à 17h00.

### 3.2. Publicité et information du public

#### 3.2.1. Annonces légales

Les dates et lieu de permanence du Commissaire-enquêteur ont fait l'objet d'une publicité légale par articles de presse parus dans :

- Le Courrier Picard le 17 août 2021  
Rappel le 23 août 2021
- Picardie La Gazette le 24 août 2021  
Rappel le 31 août 2021

### **3.2.2. Publicité complémentaire**

Le public a été informé de l'enquête dès le 13 juillet sur le site internet de la ville d'Amiens.

Un article intitulé « Le projet de règlement local de publicité en enquête publique cet été » est paru le 23 juillet 2021 dans les pages régionales du Courrier Picard, rubrique l'actualité en flash. (annexe 2)

Un deuxième article intitulé « La place de la pub scrutée par l'enquête publique » précisant notamment les dates de permanence du commissaire-enquêteur est paru dans le Courrier Picard le 24 août 2021 (annexe 3)

### **3.2.3. Affichage**

L'avis d'enquête a été affiché quinze jours avant le début de l'enquête publique et pendant toute sa durée à la mairie et dans les panneaux municipaux prévus à cet effet.

Cet avis était aussi disponible sur le site [amiens.fr](http://amiens.fr)

*J'ai constaté lors de mes permanences que cet avis était bien en place dans le panneau d'affichage réservé aux informations municipales rue de la Malmaison.*

### **3.3. Prolongation de l'enquête**

Les annonces légales étant parues trop tardivement dans les journaux « le Courrier Picard » et « La Gazette », j'ai estimé que les mesures de publicité ne respectaient pas l'article R123-14 du code de l'environnement. Aussi, après avoir consulté madame VERNEZ, j'ai pris la décision de prolonger l'enquête de 15 jours, soit jusqu'au 5 octobre 2021, et de tenir une permanence supplémentaire le 5 octobre 2021 de 14h à 17h. (annexe 4).

Cette prolongation a fait l'objet de 2 publications dans le « Courrier Picard » le 31 août et le 13 septembre 2021. (annexe 5).

*Malgré le retard de la publication légale de début d'enquête, compte tenu de la prolongation d'enquête, des 2 annonces légales supplémentaires, de la publicité complémentaire (§ 3.2.2 supra) et de l'information sur le site internet de la ville, j'estime que la publicité a été suffisamment diffusée auprès du public.*

### **3.4. Permanences du Commissaire-enquêteur**

J'ai reçu le public lors des 4 permanences suivantes :

- Le lundi 16 août 2021 de 9h00 à 12h00
- Le jeudi 2 septembre 2021 de 14h00 à 17h00
- Le mardi 21 septembre 2021 de 14h00 à 17h00
- Le mardi 5 octobre 2021 de 14h00 à 17h00

En dehors de ces heures de permanence, le dossier a été mis à disposition du public à l'accueil de la direction de l'urbanisme réglementaire 7 rue de la Malmaison 80027- Amiens du lundi au vendredi de 9h00 à 12h00 et de 13h30 à 17h00.

### **3.5. Conditions d'accueil du public et climat de l'enquête**

L'enquête publique s'est déroulée dans les meilleures conditions possibles.

Lors des permanences, j'ai disposé d'une salle permettant de recevoir et de renseigner au mieux les visiteurs.

Le public a eu librement accès au dossier. Aucun incident n'est à signaler.

### **3.6. Déroulement des permanences**

Le 16 août 2021 : aucune visite

Le 2 septembre 2021: aucune visite

Le 21 septembre 2021: M. Christophe PAWLETTA Président du Syndicat National de la Publicité Numérique dépose et commente un courrier de 9 pages.

Le 5 octobre 2021 :

- Les élus : Mme Emilie Théroüin, Mrs Julien Pradat et Fabien Voulminot et Oriane Dioux collaboratrice du groupe ACLT déposent et commentent la Contribution du groupe des élus « Amiens c'est l'tien » (aussi reçue par courriel).
- M. Alain Letrun dépose sa contribution sur le registre d'enquête.
- M. James Responsable Régional Patrimoine et Développement de la société JC Decaux, représentant l'Union de la Publicité Extérieure commente le courriel reçu de l'UPE ; dépose et commente la contribution (12 pages) de la société JC Decaux (aussi reçue par courriel et par courrier recommandé avec AR).
- M. Julian Bréque dépose sa contribution (aussi reçue par courriel).
- 

### **3.7. Formalités d'ouverture et de clôture de l'enquête publique**

Le registre d'enquête a été ouvert et clos par le commissaire-enquêteur qui en a paraphé les feuillets le 13 août 2021.

### **3.8. Procès verbal des observations et mémoire en réponse**

J'ai remis et commenté le procès verbal des observations à madame VERNEZ le 8 octobre 2021. (annexe 6).  
Je lui ai également remis une copie intégrale de toutes les observations.

J'ai reçu le mémoire en réponse par courrier électronique le 22 octobre 2021. (annexe 7)

### **3.9. Clôture de l'enquête et transmission du rapport**

J'ai récupéré le registre d'enquête et les courriers annexés le 5 octobre 2021 à l'issue de la dernière permanence.  
Le registre ainsi que mon rapport et mes conclusions ont été remis à Madame VERNEZ le 02 novembre 2021.

Copie du rapport transmise au Tribunal Administratif d'Amiens le 02 novembre 2021.

### 3.10. Participation du public

J'ai reçu **8 personnes** pendant les 4 permanences.

Au total **12 contributions** ont été recueillies pendant l'enquête :

- **1** écrite sur le registre d'enquête lors de la permanence du 5 octobre 2021.
- **1** par courrier remis au commissaire-enquêteur lors de la permanence du 21 septembre 2021, courrier annexé au registre.
- **3** par courrier remis au commissaire-enquêteur lors de la permanence du 5 octobre 2021, courriers annexés au registre.
- **7** déposées par courriels sur l'adresse dédiée et 3 doublons des courriers remis à la permanence du 5 octobre, courriels annexés au registre.

*La participation du public peut être qualifiée de modeste, cependant les thèmes abordés dans les contributions ont été nombreux.*

### 3.11. Les thèmes abordés

La synthèse des observations fait ressortir sept thèmes :

N° du thème	Thème	Occurrence
1	Densité	11
2	Implantation et format des dispositifs	9
3	Publicité numérique et lumineuse	10
4	Règles de concurrence	1
5	Zonage	4
6	Documents graphiques	4
7	Mobilier Urbain	1

## 4. ANALYSE DES OBSERVATIONS

Les observations sont résumées par thème dans le tableau ci-dessous, suivies des réponses du porteur de projet.

### 4.1. Densité

Intervenant	Date	Résumé des observations, propositions, suggestions, recommandations
Union de la Publicité Extérieure (UPE)  <i>Document de 32 pages déposé par courriel</i>	02/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demande que la distance de 100 mètres entre deux dispositifs sur le domaine ferroviaire, prévue à l'article 1.1, soit ramenée à 30 mètres.</li> <li>• Aucune distance ne soit à respecter entre deux dispositifs publicitaires séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.</li> <li>• Pour les dispositifs de la gare : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Maintien des dispositifs double (côte à côte et double face)</li> <li>○ Inter-distance de 80 m entre chaque dispositif simple ou double</li> <li>○ Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.</li> </ul> </li> <li>• Autoriser dans le PDA inséré en zone 3 les dispositifs format 8 m<sup>2</sup> hors encadrement sur support muraux en respectant la règle de densité d'un dispositif maximum par mur</li> </ul>
Mme ARGOUIN  <i>document de 3 pages déposé par courriel</i>	23/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le RLP conduit à une augmentation des panneaux publicitaires. Ce sont les quartiers autres que le centre-ville qui vont en éprouver les conséquences néfastes.</li> <li>• Les zones industrielles ne sont pas à négliger. Les règles de densité, de positionnement et de dimensionnement devraient être revues pour conduire à une démarche de « dépollution » de ces espaces publics.</li> </ul>
Mme ROOSZ <i>1 page déposée par courriel</i>	28/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merci de prendre en considération la nécessité d'une diminution de la pollution visuelle en ville.</li> </ul>
M.LETRUN <i>Observation écrite sur registre</i>	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estime que les publicités devraient disparaître de l'espace public à cause de la pollution visuelle, du coût énergétique et parce qu'elles invitent à la consommation excessive.</li> </ul>
M. BREQUE <i>1 page déposée par courriel</i>	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En superposant une carte du prix moyen au m<sup>2</sup> au zonage du RLP, on constate que les zones où le m<sup>2</sup> est le plus cher sont également les zones où l'on est le plus protégé de la publicité ce qui conduit à une inéquité sociale de ce RLP.</li> </ul>
Mme ARCADE <i>1 page déposée par courriel</i>	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• manifeste mon mécontentement quand à cette annonce d'installer 200 panneaux publicitaires supplémentaires.</li> </ul>
M. RIQUIER <i>1 page déposée par courriel</i>	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Souhaite voir la publicité visuelle réduite au maximum sur le territoire amiénois à cause de la pollution visuelle, de la distraction de l'attention des automobilistes et de l'exposition des enfants.</li> </ul>
Mme HUBERT <i>1 page déposée par courriel</i>	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il est prévu de mettre en place 190 nouveaux abribus publicitaires et 10 abribus avec écrans numériques ! J'ai du mal à comprendre cette décision. Je pense que le nombre de publicité en ville devrait fortement diminuer</li> </ul>

#### Réponses du porteur de projet

##### ❖ Le domaine public ferroviaire :

Le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) prévoit à l'article 1.1 que « *dans les zones où la publicité est autorisée par le présent règlement, plusieurs dispositifs peuvent être installés sur le domaine ferroviaire, une distance minimale de 100 mètres linéaires doit être respectée entre chaque emplacement* ».

L'aménagement de la ZAC gare la vallée, les séquences de vues sur la Cathédrale et la Tour Perret depuis la rue

Dejean, ainsi que le caractère résidentiel des abords du domaine public ferroviaire, justifient la mise en place d'une distance minimale de 100 mètres à respecter entre chaque dispositif implanté sur le domaine ferroviaire.

La proposition de l'Union pour la Publicité Extérieure (UPE) visant à réduire cette distance à 30 mètres ne permettrait pas une protection suffisante de ce secteur, notamment du fait de la longueur importante de cette unité foncière (risque d'alignement de dispositifs de long de la voie).

S'agissant des dispositifs publicitaires implantés sur les quais de la gare visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, ils sont situés dans le Périmètre Délimité des Abords (PDA) de la Tour Perret et seront désormais interdits.

❖ **Le nombre de panneaux publicitaires :**

La mise en place de nouveaux périmètres de protection autour des monuments historiques (MH), une règle de densité plus stricte ainsi que l'application de la règle du prospect pour les dispositifs scellés au sol, ont pour effet de restreindre les possibilités d'implantation. Certains panneaux devront donc être démontés dans un délai de 2 ans à compter de l'entrée en vigueur du nouveau RLP.

S'agissant des publicités installées sur le domaine public, le nombre de mobiliers urbains dépend d'un contrat de marché public. Le projet de RLP apporte des restrictions quant aux formats (8 m<sup>2</sup> non numérique/2 m<sup>2</sup> pour le numérique) et aux secteurs d'implantation de ces mobiliers.

❖ **« L'inéquité sociale » du RLP :**

Les règles de densité et de format sont identiques dans les secteurs résidentiels (ZP5), comme dans les abords des Monuments Historiques (ZP3). La publicité murale est autorisée dans ces deux zones, avec davantage de restrictions en ZP3 liées aux perspectives sur les MH.

Si la publicité scellée au sol est tolérée dans les secteurs résidentiels, le projet de RLP met en place une règle de densité plus stricte car les boulevards et les entrées de ville sont soumis à une pression publicitaire importante. De ce fait, la publicité scellée au sol sera interdite sur les unités foncières dont la longueur du côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 20 mètres.

❖ **La pollution visuelle du centre-ville :**

Un travail important a été effectué depuis 2012 pour favoriser l'intégration harmonieuse des enseignes sur la façade des immeubles : encadrement des surfaces d'enseignes, enseignes en drapeau acceptées uniquement au rez-de-chaussée commercial et mise en place d'enseignes en lettres et formes découpées plus respectueuses de l'architecture.

La publicité sur immeuble privé est peu présente puisque seuls 4 panneaux muraux de 8 m<sup>2</sup> sont installés (1 dispositif place Vogel et 3 dispositifs rue du Général Leclerc). Le projet de RLP prévoyant une interdiction de publicité dans les périmètres délimités des abords et dans les périmètres de 500 mètres autour des Monuments Historiques lorsqu'il y a covisibilité, ces panneaux seront démontés.

Sur le domaine public, les mobiliers urbains d'information de format 2m<sup>2</sup> ou 8 m<sup>2</sup> (mupis et séniors) seront désormais interdits dans un secteur situé entre la cathédrale et le beffroi ainsi qu'aux abords du Beffroi.

❖ **200 abribus (dont 10 avec écrans numériques) :**

Ils font partie des cinq types de mobilier urbain pouvant supporter de la publicité conformément au code de l'environnement (Art R.581-42 et suivants). Le mobilier urbain peut également supporter de la publicité numérique lorsqu'il est installé dans les agglomérations dont la population est supérieure ou égale à 10 000 habitants.

Ces 200 abribus, implantés sur le territoire métropolitain dans le cadre du BHNS, relèvent d'un contrat de marché public. La société Decaux met à disposition d'Amiens Métropole 200 abribus, la publicité qu'ils supportent participe à leur financement.

Ils contribuent au service public des transports en permettant d'abriter et d'assurer le confort des usagers, mais aussi parce qu'ils supportent des informations relatives au réseau de bus et aux horaires. La publicité sur abribus est donc tolérée aux abords des MH ou dans les sites.

## 4.2. Implantation et format des dispositifs

Intervenant	Date	Résumé des observations, propositions, suggestions, recommandations
UPE	02/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>Retirer la disposition qui consiste à implanter la publicité scellée au sol perpendiculairement à l'axe de la voie en bordure de laquelle elle est implantée.</li> <li>Ne pas limiter la surface des bâches publicitaires, soumettre ces types de support à la seule réglementation nationale.</li> <li>Les découpages du territoire et les règles associées à chacune des zones impactent lourdement le média de la communication extérieure « grand format »</li> </ul>
Syndicat National de la Publicité Numérique (SNPN)	21/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demande que la ZP5 autorise la publicité numérique dans un format 6,5 m<sup>2</sup> au même titre que la ZP4 pour des questions d'équité.</li> </ul>
Mme ARGOUIN	23/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>La taille des enseignes « en façade » devrait être proportionnelle à la surface de la façade.</li> <li>Il est primordial de garder une distance minimale de 1,20m pour les déplacements piétons et tout particulièrement pour permettre le déplacement des personnes à mobilité réduite.</li> </ul>
Mme DE BRITO <i>2 pages déposées par courriel</i>	30/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les panneaux publicitaires sont parfois placés sur les pistes cyclables ou gênant l'accessibilité des Personnes à Mobilité Réduite, il semble essentiel que les emplacements soient revus en prenant en compte ces aspects.</li> </ul>
AMIENS C'EST L'TIEN <i>Courrier de 2 pages</i>	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>Définir un périmètre d'interdiction des dispositifs publicitaire autour des établissements scolaires comme proposé lors de la réunion de présentation de mars 2021</li> </ul>
M. BREQUE	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le RLP ne pouvant intervenir dans le choix des publicités, il conviendrait d'au moins sanctuariser les alentours des écoles, collèges et lycées pour limiter l'exposition des enfants</li> </ul>

### Réponses du porteur de projet

La disposition qui consiste à implanter les dispositifs scellés au sol perpendiculairement à l'axe de la voie a notamment pour objectif d'éviter l'installation de publicités au niveau des ronds-points, risque potentiel lié à la suppression de l'ancienne règle du RLP de 2012 qui prévoyait que les publicités scellées au sol étaient placées devant un mur aveugle parallèlement au plan du mur.

Il convient de limiter la surface des bâches publicitaires à 12 m<sup>2</sup> car ces dispositifs ne sont pas suffisamment encadrés par le règlement national (aucune limitation de surface), et sont une source de pollution visuelle.

La réduction du format des publicités numériques à 2m<sup>2</sup> en zones résidentielles mixtes (ZP5) est nécessaire afin de préserver le cadre de vie des amiénois. La publicité numérique se distingue par son caractère lumineux et animé, le rythme de défilement des images étant plus rapide et pouvant être assimilé à des flashes, elle génère des nuisances visuelles pour le voisinage.

Le format des publicités non lumineuses est également réduit, il passe de 12 m<sup>2</sup> à 8m<sup>2</sup>.

Le RLP de 2012 ne prévoyait pas de disposition relative à l'extinction des enseignes et publicités, le règlement national s'appliquait avec une extinction des dispositifs lumineux de 01h00 à 06h00. Le projet de RLP est plus restrictif puisque les publicités et enseignes seront désormais éteintes de 23h00 à 07h00 (sauf exception pour les établissements dont l'activité cesse après 23h00 ou commence avant 07h00).

#### *Réponse ajouté au mémoire suite à la demande de complément de réponse du commissaire-enquêteur*

Concernant l'interdiction de publicité autour des établissements scolaires : l'interdiction de publicité à proximité des établissements scolaires nécessiterait l'installation d'abribus sans publicité, ce qui n'est pas possible actuellement compte tenu du mode de financement des abribus.

## 4.3. Publicité numérique et lumineuse

Intervenant	Date	Résumé des observations, propositions, suggestions, recommandations
UPE	02/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autoriser la publicité lumineuse sur les bâches.</li> </ul>

SNPN	21/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demande que la commercialisation des enseignes numériques soit autorisée.</li> </ul>
Mme ARGOUIN	23/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'horaire d'extinction des enseignes et panneaux publicitaires à 23h n'est pas en cohérence avec les enjeux environnementaux : réduction de notre consommation d'énergie, réduction des nuisances lumineuses pour la faune nocturne... Elle devrait être reconsidérée pour être avancée</li> </ul>
Mme DE BRITO	30/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concernant les dispositifs numériques, on peut s'inquiéter de l'augmentation de leur nombre à Amiens, avec l'ajout de 10 écrans supplémentaires.</li> <li>• La consommation électrique et l'impact environnemental de ces écrans n'ont pas été évalués.</li> <li>• L'installation de ces écrans supplémentaires est en contradiction avec les objectifs de réduction de la consommation énergétique que fixe le SRADDET Hauts-de-France, qui prévoit une baisse de 30% pour 2031.</li> <li>• En plus de la pollution induite par la consommation électrique et la fabrication des dispositifs, la publicité lumineuse dans l'espace public représente une pollution nocive pour la biodiversité.</li> </ul>
AMIENS C'EST L'TIEN	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le présent règlement ne restreint pas la densité des écrans numériques en ville.</li> <li>• Les écrans numériques engendrent une pollution lumineuse ainsi qu'une dépense énergétique qui va à l'encontre des objectifs de réduction que s'est fixée Amiens Métropole pour 2050 (diminution de 62% de sa consommation énergétique).</li> <li>• Le déploiement du BHNS s'est accompagné d'abris-bus équipés de publicités vidéo énergivores et très agressives que le RPL ne permet malheureusement pas de réguler.</li> </ul>
M.Julian BREQUE	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'autorisation de la publicité lumineuse sans définir de seuil maximum de consommation par panneau va à l'encontre des objectifs du SRADDET Hauts de France et des préconisations du SCOT du grand amiénois.</li> <li>• Le SCOT du grand amiénois prescrit l'amélioration des conditions de trafic dans les secteurs urbanisés. Or l'implantation d'écrans publicitaires vidéo sur le bord des routes influe sur la concentration des conducteurs et est vecteur d'accident. Ces écrans sont d'ailleurs interdits en Belgique sur le bord des routes pour cette raison.</li> </ul>
M. RIQUIER	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Je souhaite voir disparaître la totalité des écrans lumineux : de tels dispositifs sont aux antipodes d'une ville résiliente telle qu'Amiens doit l'être désormais dans le cadre de la lutte contre le dérèglement climatique : d'abord, du fait de l'énergie et des matières premières nécessaires à la construction de tels panneaux et, dans un deuxième temps, à cause de la consommation d'énergie nécessaire à leur fonctionnement.</li> <li>• Je pense qu'il est possible d'imaginer le développement (mesuré, bien sûr) des panneaux d'expression libre qui participent, eux, à l'expression démocratique quand les panneaux publicitaires nous renvoient à une position de consommateurs.</li> </ul>
Mme HUBERT	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les publicités lumineuses et vidéo consomment toujours plus d'électricité pour toujours mieux attirer notre regard.</li> </ul>
Sté JC DECAUX	05/10/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoriser le mobilier urbain numérique, dans l'ensemble des zones du RLP</li> </ul>

#### Réponses du porteur de projet

##### ❖ Les enseignes numériques :

La collectivité a fait le choix d'interdire les enseignes numériques à l'extérieur d'un local car les devantures commerciales supportent déjà plusieurs types d'enseignes (à plat, en drapeau), souvent lumineuses, ainsi que de la vitrophanie, il convient de ne pas multiplier les dispositifs sur un même immeuble.

##### ❖ Les publicités numériques :

Le RLP de 2012 ne contenait pas de dispositions spécifiques, la publicité numérique était autorisée sur une grande

partie du territoire amiénois et les demandes d'installation de publicités numériques étaient soumises aux dispositions du Code de l'Environnement (surface maximale de 8 m<sup>2</sup>). Le projet de RLP limite désormais la surface à 2 m<sup>2</sup>, sauf dans les zones d'activité où il est toléré une surface de 6,50 m<sup>2</sup> en l'absence d'habitations à proximité. De même, la publicité numérique sur mobilier urbain sera limitée à 2 m<sup>2</sup>, contre 8 m<sup>2</sup> auparavant.

De plus, ces écrans seront désormais éteints de 23h00 à 07h00.

Au plan national, il n'existe aucune norme relative à la luminance ou à la consommation énergétique des panneaux publicitaires lumineux.

Une interdiction générale et absolue de publicité lumineuse sur l'ensemble du territoire serait de nature à rompre l'égalité de traitement entre les sociétés d'affichage. En effet, le RLP doit concilier la protection des paysages et du cadre de vie avec la liberté du commerce et de l'industrie.

#### 4.4. Règles de concurrence

Intervenant	Date	Résumé des observations, propositions, suggestions, recommandations
SNPN <i>Courrier de 9 pages</i>	21/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A l'occasion de l'élaboration de Règlements Locaux de Publicité, l'autorité administrative a l'obligation de prendre en considération la liberté du commerce et de l'industrie ainsi que les règles de concurrence (Avis du C.E L &amp; P Publicité du 22 novembre 2000)</li> <li>• Seules des dérogations ont été accordées en ZP2 et ZP3 au seul concessionnaire du domaine public ce qui crée un risque accru d'abus de position dominante.</li> <li>• Demande que les questions de modèle économique, d'accès au marché, de respect de la concurrence soient pris en considération conformément à la jurisprudence et fasse partie des objectifs du RLP.</li> </ul>

#### Réponses du porteur de projet

Afin d'éviter qu'un seul opérateur occupe le centre-ville, la publicité non numérique sur immeuble privé a été réintroduite dans les périmètres de 500 mètres autour des monuments historiques lorsqu'il n'y a pas de covisibilité avec un monument historique (ZP3).

#### 4.5. Zonage

Intervenant	Date	Résumé des observations, propositions, suggestions, recommandations
SNPN	21/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etendre la zone ZP4</li> </ul>

#### 4.6. Documents graphiques

Intervenant	Date	Résumé des observations, propositions, suggestions, recommandations
Mme ARGOUIN	23/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les plans manquent énormément de précision</li> </ul>

#### Réponses du porteur de projet

##### Zonage et documents graphiques

Le plan de zonage sera retravaillé en format A0 et l'échelle sera indiquée.

Dans le projet de RLP, les entrées et sorties d'agglomération ont été matérialisées sur des plans distincts. En effet, il conviendrait de fournir un seul plan (plus fonctionnel).

## 4.7. Mobilier urbain

Intervenant	Date	Résumé des propositions et recommandations
<p>Sté JC DECAUX</p> <p>Courrier de 12 pages</p>	<p>05/10/2021</p>	<p><b>Spécificité du mobilier urbain</b></p> <p>Prévu aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'Environnement, 5 types de mobilier urbain sont susceptibles de supporter de la publicité :</p> <p>Abris-voyageurs  Kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial  Colonnes porte-affiches  Mâts porte affiches  Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.</p> <p>La fonction première du mobilier urbain reste la communication de la collectivité ainsi que les services apportés aux usagers:  Abris-voyageurs = service public des transports (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs)  Mobilier d'information = service public de l'information (CE 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140606)</p> <p>Les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent les services rendus.</p> <p>Le mobilier urbain supporte à titre accessoire des «publicités» telles que définies à l'article L.581-3 du Code de l'environnement, à savoir «toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention» Aussi, il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire «dont le principal objet» est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement).</p> <p>Le côté accessoire de la publicité sur le mobilier urbain doit être strictement respecté, l'implantation du mobilier doit tenir compte de la visibilité de l'information municipale.</p> <p>La collectivité maîtrise les installations de mobilier urbain sur son domaine public: type de mobiliers (format, design, nombre) et emplacements définis dans le cadre de leur contrat public.</p> <p>L'implantation des mobiliers urbains est déterminée, au cas par cas, par la collectivité avec son co-contractant.</p> <p>Imposer une règle d'implantation dans un RLP risque de limiter les pouvoirs de la Collectivité et d'impacter ses choix de communication.</p> <p><b>1. Recommande de supprimer l'alinéa 5 de l'article 1.1</b></p> <p><b>2. Recommande de traiter le mobilier urbain de manière spécifique au sein du RLP comme le fait le Code de l'environnement.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prévoir un article général propre au mobilier urbain l'autorisant en toutes zones du RLP</li> <li>➤ A défaut, prévoir un article spécifique au mobilier urbain dans chacune des zones du RLP</li> <li>➤ Préciser la spécificité du mobilier urbain publicitaire par l'insertion de la disposition suivante au sein de l'article 1 «Les dispositions générales – Toutes zones» du RLP:  «La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP».</li> </ul> <p><b><u>Régime du mobilier urbain dans les zones d'interdiction relative de publicité</u></b></p> <p>Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire requiert, en surplus de l'aval des services de la collectivité compétente, l'accord des Architectes des Bâtiments de France en périmètres protégés.</p> <p>Il est inutile que la collectivité restreigne au sein du futur RLP les</p>

		<p><i>implantations (types/formats) de mobiliers urbains alors qu'elle en a l'entière maîtrise via contrat.</i></p> <p><b>3. Recommande d'insérer au futur RLP une levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité à l'égard des 5 types de mobilier urbain publicitaire.</b></p> <p><b>A défaut :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Potentielle remise en cause d'implantations de mobiliers urbains d'ores et déjà implantées dans ces secteurs.</b></li> <li>➤ <b>Risque de rupture du service délivré par les mobiliers urbains aux usagers.</b></li> <li>➤ <b>Perte de leviers efficaces de communication de la Ville.</b></li> <li>➤ <b>Les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains risquent de ne plus pouvoir financer notamment l'information municipale/culturelle et les abris-voyageurs.</b></li> </ul> <p><b><u>Extinction de la publicité lumineuse apposée sur mobilier urbain</u></b></p> <p><i>Le projet de RLP prévoit dans son article 1.1 «Publicités» une extinction des publicités lumineuses «entre 23h et 7h» et ce, sans faire mention du cas spécifique du mobilier urbain.</i></p> <p><i>Or, dans son article R.581-35 le Code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence, de même qu'à la publicité apposée sur mobilier urbain numérique dans la mesure où ses images demeurent fixes.</i></p> <p><i>En outre, le Conseil d'Etat a pu juger que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet «d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations» (CE, 4 décembre 2013, req. n°357839).</i></p> <p><b>4. Recommande de tenir compte de ces prescriptions au sein du projet de règlement.</b></p> <p><b><u>Remarques complémentaires</u></b></p> <p><b>5. Préconise de ne pas insérer de règle d'inter-distance pour le mobilier urbain dans le RLP</b></p> <p><b>6. Préconise d'insérer la mention « hors mobilier urbain » dans les dispositions relatives à la publicité scellée au sol (article 5.1 notamment)</b></p>
<b>Réponses du porteur de projet</b>		
<p>Dans un souci de cohérence et d'harmonisation, le projet de RLP encadre les surfaces d'affichage sur le mobilier urbain. Tout comme sur le domaine privé, la publicité non lumineuse est limitée à 8 m<sup>2</sup> et la publicité lumineuse numérique à 2m<sup>2</sup>.</p>		

## 4.8. AVIS DES PPA

L'intégralité des avis émis sur le projet était disponible dans le dossier d'enquête.

### 4.8.1. DDTM

Document de 4 pages.

Avis favorable du 19 juillet 2021 sous réserve de la prise en compte des observations suivantes :

Résumé des observations
<p><b>1. Préservation des sites protégés</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Classer les boulevards de Beauvillé, Belfort et Mail Albert 1<sup>er</sup> en ZP2</li></ul>
<p><b>2. Préservation des cônes de vue sur la cathédrale et la tour Perret</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Matérialiser les cônes de vue identifiés au sein du diagnostic sur le plan de zonage et dans la légende.</li><li>• Interdire tout affichage publicitaire impactant ces cônes de vues.</li><li>• Reporter le sens d'affichage autorisé sur le plan de zonage.</li><li>• En ZP3, Instaurer des règles d'inter-distance entre les mobiliers urbains afin de limiter la densité de publicité.</li><li>• Prévoir une distance minimum de 100 m entre chaque mobilier urbain support de publicité le long des avenues identifiées comme cônes de vue.</li><li>• Prévoir une distance minimum de 50 m entre les mobiliers supports de publicité situés sur 2 voiries différentes, s'ils sont covisibles.</li></ul>
<p><b>3. Règles d'inter-distance entre les dispositifs publicitaires en ZP2 (secteur Monuments historiques)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Imposer des règles d'inter-distance afin d'assurer la traduction réglementaire de l'orientation n°1 relative à la préservation du patrimoine.</li></ul>
<p><b>4. Périmètres des abords(PDA) des monuments historiques (secteurZP3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La surface autorisée de 8m<sup>2</sup> paraît excessive compte-tenu de l'enjeu patrimonial. Il est souhaitable de fortement réglementer les dispositifs de type « senior » et de réduire la surface maximale unitaire.</li></ul>
<p><b>5. Protection des espaces boisés classés</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plusieurs espaces boisés classés se trouvent en ZP5 qui autorise les dispositifs publicitaires scellés au sol dans une limite de 8m<sup>2</sup>. Ces dispositifs doivent être interdits au niveau des EBC, conformément à l'article R.581-30 du code de l'urbanisme.</li></ul>
<p><b>6. Prise en compte de l'encadrement des affiches et des écrans dans le calcul des surfaces maximales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Le RPL 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 arrêtés du Conseil d'Etat (commune de Dijon, n° 395494 et SARL Oxial, n° 408801)</li></ul>
<p><b>7. Documents graphiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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.</li><li>• 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.</li></ul>

## 4.8.2. CDNPS

Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites de la Somme réunie le 24 juin 2021.

Avis favorable à la majorité des voix. Document de 21 pages.

Le compte rendu comporte en annexe 1, l'analyse de l'architecte des bâtiments de France.

En annexe 2, les observations de l'association Paysages de France et Sites & Monuments.

### Résumé des propositions de l'ABF

1. Transcrire la servitude des sites inscrits dans les documents graphiques (Boulevards plantés, boulevard Beauvillé) et Evoquer la zone tampon cathédrale UNESCO (le Beffroi est également inscrit au patrimoine mondial)
2. Mettre les sites inscrits intégralement en ZP2 (orange) et non en ZP3. Permettre les abribus (pub papier) et MUPI associés au vélam.
3. Créer une règle d'inter-distance pour le mobilier urbain en ZP3.
4. Reporter les cônes de vue vers la Tour Perret et la Cathédrale dans le zonage (ZP2 et non ZP3) ou bien créer des rectangles autour des séquences en ZP3.  
Ne pas permettre l'affichage sur mur dans le sens des perspectives, le permettre dans le sens opposé aux perspectives.
5. En PDA (ZP3), les mobiliers urbains de grand format (8m<sup>2</sup>) doivent être fortement réglementés, selon des règles d'inter-distance et de situation (Patrimoines, cônes de vue, perspectives).  
Une clarification des articles 4 et 4.1 est nécessaire dans le règlement.

### Réponses du porteur de projet aux avis de la DDTM, de l'Architecte des bâtiments de France et de la CDNPS

#### 1. Préservation des sites

S'agissant du site inscrit des boulevards intérieurs, le RLP de 2012 autorisait la publicité scellée au sol ou la publicité murale d'une surface de 12m<sup>2</sup>, ainsi que la publicité sur mobilier urbain d'une surface de 8 m<sup>2</sup>. Le projet de RLP prévoit plus de restrictions, puisque sur une partie des boulevards intérieurs du cirque Jules Verne au Parc de la Hotoie et Boulevard du Port, seule la publicité papier de 2 m<sup>2</sup> sur abribus est tolérée. Les enjeux liés à la communication municipale aux abords de la gare, nécessitent davantage de souplesse sur cette partie du site, pouvant accueillir de la publicité sur mobilier urbain d'une surface de 8 m<sup>2</sup>.

La ville n'a pas souhaité mettre en place une règle d'inter-distance sur le domaine public communal. En effet, la jurisprudence a remis en cause les règles d'inter-distance car elles sont susceptibles de créer des positions dominantes.

Il convient de souligner que depuis le décret n°2017-456 du 29 mars 2017 article 15 (post loi LCAP), l'installation de mobiliers urbains dans les abords des Monuments historiques est soumise à autorisation au titre du code de l'urbanisme (déclaration préalable) après accord de l'architecte des bâtiments de France.

#### 2. Les cônes de vue

Des cônes de vue ont été identifiés et intégrés dans la zone de publicité n°3. Dans les cônes de vues, seule la publicité murale non numérique de 8 m<sup>2</sup> est autorisée sur les immeubles privés lorsqu'il n'y a pas de covisibilité avec un MH.

Les mobiliers urbains d'information « séniors » ou « mupis » sont autorisés car ils supportent de l'information municipale.

Afin qu'ils soient plus visibles, les cônes de vue figureront en jaune hachuré sur le plan de zonage et dans la légende.

#### 3. Règle d'inter-distance entre les abribus en ZP2

L'implantation d'un abribus étant définie en fonction des besoins du service public des transports, il ne semble pas opportun de mettre en place une règle d'inter-distance.

#### 4. Les Abords MH (ZP3)

Les mobiliers urbains d'information « séniors » participent au service public de l'information. Pour cette raison, ils sont tolérés dans les abords des Monuments Historiques. Comme évoqué ci-dessus, depuis

2017 leur installation est soumise à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France dans le cadre de la déclaration préalable de travaux.

#### **5. La protection des espaces boisés classés**

Ils seront intégrés dans la ZP1 (secteurs non agglomérés).

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

La disposition prévue à l'article 1.1 du projet de règlement sera supprimée étant donné que la jurisprudence a précisé que la notion de surface unitaire ne peut s'entendre que comme englobant l'affiche et son encadrement.

#### **7. Documents graphiques (vu précédemment)**

*Réponse ajoutée au mémoire suite à la demande de complément de réponse du commissaire-enquêteur*

Concernant l'article 4 du projet de règlement, nous allons rappeler la liste des cônes de vue en début d'article afin d'explicitier l'application des dispositions de l'article 4.1 aux cônes de vue.

### **4.8.3. Paysage de France et Sites & Monuments**

Document de 22 pages du 28 juillet 2021

#### Résumé des observations

- 1. Maintenir les mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement.**
- 2.** Le projet de RPL remet en cause la protection dont bénéficient de vastes secteurs actuellement protégés par le RPL de 2012 : notamment, publicité sur les voies publiques (trottoirs) en ZP2. Publicités sur les domaines privé et public, qui plus est selon des règles extrêmement laxistes en ZP5.
- 3. Publicités sur mobilier urbain**
  - En dehors des lieux mentionnés à l'article L.581-8 du Code de l'Environnement où elle est interdite, la publicité sur mobilier urbain ne soit 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 la 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.
- 4. Publicités scellées au sol**
  - Interdiction des publicités scellées au sol. A défaut, autorisées uniquement en ZP4 ; non visibles de toute voie située hors de ladite zone, limitée 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.
- 5. Publicités numériques**
  - Proscrire la publicité et les enseignes numériques en raison de leur « agressivité », de la pollution du ciel nocturne, du gaspillage énergétique et du caractère « accidentogène » de ces dispositifs.
- 6. Zone d'activité économique (ZP4)**
  - Réhabiliter les zones d'activités, les intégrer dans l'urbanité et non les « surpolluer »
- 7. Mode de calcul de la surface des publicités**
  - Exclure le procédé consistant à distinguer la surface de l'affiche de celle de la publicité telle que définie au 1° de l'article L.581-3 du Code de l'Environnement.
- 8. Zonage**
  - Mise à disposition d'un plan vectorisé (le plan fourni est inexploitable)
  - Réduction du nombre de zones (3 maximum) : fusion des zones 2, 3 et 5 assortie du maintien des dispositions protectrices de l'article L.581-8 du Code de l'Environnement.

## **9. Horaires d'extinction des publicités et des enseignes**

- Publicités lumineuses :
  - Entre 20h et 8h du 1<sup>er</sup> novembre au 31 mars
  - Entre 21h et 7h 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.

## **10. Surface et nombre des enseignes dite « à plat » et sur façade commerciale (ZP1-4 et 5)**

- 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.

## **11. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol**

- Préciser dans le RPL que les mesures relatives à l'implantation des enseignes au sol s'appliquent quelle que soit la surface de ces dernières.
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent être autorisées que si :
  - Aucune des enseignes apposées sur la façade principale du ou des bâtiments où s'exerce l'activité n'est visible d'une voie ouverte à la circulation publique ;
  - L'immeuble où s'exerce l'activité ne comporte aucun bâtiment.

## **12. 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.

## Réponses du porteur de projet aux observations de l'association Paysages de France et sites & monuments

### **1. 3. Maintenir les mesures de protection instaurées par le code de l'environnement / la publicité sur mobiliers urbains**

Pour des raisons évoquées précédemment, la publicité sur mobilier urbain est tolérée dans les abords des MH et les sites car ces mobiliers ont un intérêt public (service public des transports et service public de l'information) et la publicité qu'ils supportent participent à leur financement.

### **2. La publicité sur abribus autorisée dans les anciens secteurs d'interdiction**

Aux abords de certains Monuments Historiques, dont les monuments classés patrimoine mondial à l'UNESCO et dans les sites inscrits, seule la publicité non numérique sur abribus est tolérée. Leur petit format d'affichage (2m<sup>2</sup>) et une hauteur de 2,70 mètres par rapport au sol limitent leur impact visuel dans l'environnement.

Par rapport à l'ancien RLP, les mobiliers urbains d'information de format 2m<sup>2</sup> ou 8 m<sup>2</sup> (mupis et séniors) seront désormais interdits dans de nouveaux secteurs tels que les abords du Beffroi, les abords du jardin des plantes, le carrefour de la citadelle ou encore une partie des boulevards intérieurs (du cirque Jules Verne au Parc de la Hotoie et au boulevard du Port).

### **4. L'interdiction des publicités scellées au sol**

On constate aujourd'hui une présence limitée des publicités scellées au sol sur le territoire amiénois puisqu'elles représentent environ 30 % des publicités sur immeubles privés. Une interdiction n'est pas envisagée, cependant le projet de RLP met en place une règle spécifique interdisant la publicité scellée au sol sur les unités foncières dont la longueur du côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 20 mètres.

### **5. La publicité numérique**

Comme évoqué précédemment, le RLP doit concilier la protection des paysages et du cadre de vie avec la liberté du commerce et de l'industrie. Si la publicité numérique n'est pas interdite, elle se voit appliquer des restrictions importantes puisque le format maximal passe de 8 m<sup>2</sup> à 2m<sup>2</sup>.

### **6. Zones d'activités**

Si elles bénéficient de règles plus souples notamment au niveau des formats, certains dispositifs restent interdits : publicités sur toiture, enseignes sur toiture, enseignes numériques, éclairage projeté

vers le haut ou surlignage de la façade par fil néon.

De même, les enseignes sur clôture sont désormais fortement encadrées, leur surface est limitée à 2m<sup>2</sup> et elles sont limitées en nombre à un dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique.

**7. Mode de calcul des surfaces des publicités** (vu ci-dessus : la disposition prévue à l'article 1.1 du projet de règlement sera supprimée).

#### **8. Zonage**

La fusion des zones ZP2, ZP3 et ZP5 reviendrait à interdire la publicité (à l'exception des abribus) sur la majorité du territoire amiénois. Cette proposition n'est pas envisageable, l'objectif étant une présence publicitaire maîtrisée et non une interdiction générale.

#### **9. Horaires d'extinction**

Comme évoqué précédemment, le RLP de 2012 ne contenait pas de dispositions relatives à l'extinction des enseignes et publicités, il était fait application du règlement national prévoyant une extinction des dispositifs lumineux de 01h00 à 06h00. Le projet de RLP est plus restrictif puisque les publicités et enseignes seront désormais éteintes de 23h00 à 07h00 (sauf exception pour les établissements dont l'activité cesse après 23h00 ou commence avant 07h00).

#### **10. Surfaces et nombre des enseignes à plat**

La proposition de limiter le nombre d'enseignes à plat à trois dispositifs sur une même façade commerciale est intéressante et pourrait être intégrée au projet de RLP.

S'agissant de la surface unitaire des enseignes à plat, les dispositions du RLP de 2012 seront reconduites car jugées efficaces.

#### **11. Enseignes scellées au sol**

Toutes les enseignes scellées font l'objet de restrictions, y compris les dispositifs dont la surface est inférieure à 1m<sup>2</sup>. Le projet de RLP prévoit un format de 2 m<sup>2</sup> dans le centre historique, 4 m<sup>2</sup> dans les quartiers résidentiels/mixtes et 6 m<sup>2</sup> dans les zones d'activité. Ces formats étant restreints par rapport au format de 12 m<sup>2</sup> autorisé par le Règlement National. Quant à leur nombre, elles sont désormais limitées à une enseigne placée le long de chaque voie ouverte à la circulation publique.

#### **12. Enseignes temporaires**

Elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, des travaux publics ou encore des opérations de construction ou réhabilitation. Pour ces raisons, une surface de 8 m<sup>2</sup> est tolérée, toutefois leur nombre est limité à un dispositif par unité foncière.

## **4.9. Analyse des réponses aux observations**

*Globalement l'enquête publique a mis en évidence deux points de vue. D'un côté, les professionnels de la publicité qui défendent leur métier et les emplois associés et pour qui toute restriction entraîne un transfert de leur activité vers les GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) sans réelle évaluation des conséquences sur les emplois locaux et sur l'environnement et de l'autre les partisans de la protection de l'environnement qui veulent réduire et parfois interdire la publicité parce qu'elle pollue et incite à toujours consommer plus alors que la sobriété devrait être la règle dans le contexte environnemental actuel.*

*Ces deux positions ne sont pas en équation avec les orientations et les objectifs du RLP qui doit trouver un juste équilibre entre les besoins de communication des acteurs économiques et de la collectivité et la protection du cadre de vie et du patrimoine des Amiénois.*

*La majorité des observations n'a donc pas trouvé de réponse favorable de la part du porteur de projet. Cependant le sens des réponses est toujours expliqué et argumenté.*

*Suite aux observations du public et des personnes publiques, la ville d'Amiens s'engage à :*

- *Retravailler les documents graphiques pour les rendre exploitables.*
- *Assurer la protection des espaces boisés classés en les intégrant dans la ZP1.*
- *Intégrer l'encadrement dans le calcul de la surface des dispositifs publicitaires.*
- *Etudier la proposition de limiter le nombre d'enseigne à plat sur une même façade à trois dispositifs.*
- *Rappeler la liste des cônes de vue en début de l'article 4 afin d'explicitier l'application des dispositions de l'article 4.1 aux cônes de vue.*
- *Matérialiser les entrées et sorties de ville sur un seul plan.*

Fait à Pont Noyelle le 29 octobre 2021



Le Commissaire-enquêteur  
Jean-Claude HELY

## 4. ANNEXES

1. Désignation du commissaire-enquêteur
2. Article « Courrier Picard » du 23 juillet 2021
3. Article « Courrier Picard » du 24 août 2021
4. Notification de prolongation de l'enquête
5. Annonces légales de prolongation de l'enquête du 31 août et du 13 septembre 2021
6. Procès verbal des observations
7. Mémoire en réponse aux observations

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

---

DECISION DU **TRIBUNAL ADMINISTRATIF D'AMIENS**

9 juin 2021

N° E21000089 /80 **LA PRÉSIDENTE DU TRIBUNAL  
ADMINISTRATIF**

**Décision désignation commissaire**

**CODE : 1 – urbanisme et aménagement**

Vu enregistrée le 26 mai 2021, la lettre par laquelle la maire d'Amiens demande la désignation d'un commissaire enquêteur en vue de procéder à une enquête publique ayant pour objet :

- le règlement local de publicité de la commune d'Amiens.

Vu :

- le code de l'environnement ;
- le code de l'urbanisme.

Vu les listes départementales d'aptitude aux fonctions de commissaire enquêteur établies au titre de l'année 2021.

**DECIDE**

Article 1 : M. Jean-Claude Hély, responsable de logistique opérationnelle en retraite, est désigné en qualité de commissaire enquêteur pour l'enquête publique mentionnée ci-dessus.

Article 2 : Pour les besoins de l'enquête publique, le commissaire enquêteur est autorisé à utiliser son véhicule sous réserve de satisfaire aux conditions prévues en matière d'assurance par la législation en vigueur.

Article 3 : La présente décision sera notifiée à la maire d'Amiens et à M. Jean-Claude Hély.

Fait à Amiens, le 9 juin 2021.

La présidente,



M. Dhiver



couvertes  
de Bosco-  
prêtée ex-  
musée du  
ninines de

## RÉGLEMENTATION

### **Le projet de règlement local de publicité en enquête publique cet été**

Une enquête publique sera lancée du 16 août au 21 septembre en mairie d'Amiens au sujet du projet de règlement local de publicité en enquête publique.

Des réunions de concertation ont eu lieu en février et mars afin de présenter l'avant-projet de règlement local de publicité aux personnes concernées (professionnels du secteur, associations de commerçants), aux personnes publiques associées (État, la CCI, Conseil régional, Conseil départemental) ainsi qu'aux habitants lors d'une réunion publique le 10 février.

Les phases de concertation préalable terminées, le projet de règlement local de publicité a été arrêté par le conseil municipal du 22 avril dernier.

La Direction de l'urbanisme réglementaire délivre toute information complémentaire : 03 22 97 14 73 ou [revision-rlp@amiens-metropole.com](mailto:revision-rlp@amiens-metropole.com).

#### ESTELLE THÉVENET

Il devait de 2012. Le règlement local de publicité (RLP), qui organise l'affichage dans la ville, doit être définitivement adopté hors du conseil municipal prévu fin octobre. Avant cela, il est soumis à une enquête publique qui se déroule jusqu'au 21 septembre. « J'espère toujours des très nombreux », rappelle Brigitte Fouat lors du conseil municipal du 22 avril. Mais l'ancien règlement ne correspondait plus aux attentes et à la nouvelle réglementation.

#### CINQ ZONES

Un des buts est de préserver le patrimoine architectural et naturel de la ville, notamment ses sites comme la cathédrale et le beffroi, tous les deux classés au patrimoine mondial de l'Unesco. Mais la loi a aussi modifié les périmètres de publicité autour d'un monument historique. La gare Saint-Joch ou le château d'eau, récemment classés, en font partie. Le règlement définit cinq zones. Une première zone interdit toute forme de publicité à proximité des sites remarquables, à l'exception des abribus avec un affichage de 2 m. Dans le centre et les faubourgs historiques, l'affichage est le plus strict, dans un périmètre de 500 mètres autour des monuments historiques. Il s'agit aussi de préserver des cônes de vue. Par exemple, la rue Saint-Fusien



Les publicités sont autorisées dans un périmètre de 500 mètres avec ce système sur certains monuments historiques comme le beffroi. La disposition à cette interdiction doit être déclinée par les arrêtés des maires de France.

ou la rue Lemaître qui offrent une perspective impressionnante sur la cathédrale, « la publicité non autorisée sur un monument rétro y est autorisée sur un format de 2 m hors du 1<sup>er</sup> et pas de co-visibilité. C'est l'une des modifications apportées au règlement local », avait expliqué Nathalie Devèze, conseillère municipale déléguée à l'urbanisme.

#### LE DÉCRET DES 10 JOURS

Pour éviter les forêts de panneaux dans les zones résidentielles, la Ville limite également à un seul dispositif par année scolaire. Les enseignes sur les toits sont interdites. Depuis 2012, l'affichage in-

terdit aussi fait son apparition. Des écrans de 6,70 m<sup>2</sup> ont, par exemple, été installés place Vogel, boulevard Garibaldi ou rue Dupont-treux. La demande est forte et un des enjeux du nouveau règlement est de fixer des règles de densité et de format plus restrictives que la réglementation nationale pour ces

#### À SAVOIR

- 246 dispositifs hors mobilier urbain recensés en 2019 : 75 dispositifs seuls au sol et 171 dispositifs muraux, principalement de format 6 000 en 2004.
- Une enquête publique se déroule en raison d'aménagements jusqu'au 21 septembre. La commission enquête sera présente jeudi 2 et mardi 21 septembre de 14 heures à 17 heures, 7 rue de la Malnicot.
- 2019 : lancement de la concertation.
- Avril 2021 : vote du projet de RLP par le conseil municipal.
- Octobre 2021 : vote définitif en conseil municipal.

#### Définir l'affichage

Pour limiter leur pollution lumineuse, la Ville prévoit désormais une obligation d'extinction entre 23 heures et 7 heures, au lieu de 23 heures et 6 heures aujourd'hui, pour toutes les publicités, y compris les enseignes. La loi climat et résilience, adoptée cet été, permet au moins de réglementer les dispositifs publicitaires en soirée.

En ce qui concerne les vitrines des magasins qui restent allumées parfois toute la nuit et le dimanche, le maire n'a pas de pouvoir de police. « Mais nous pouvons inciter les commerçants, les amoblir et faire de la pédagogie ».

Madame le Maire d'AMIENS

A l'attention de Madame Mylène VERNEZ

Direction de l'Urbanisme Réglementaire  
Unité Alignement Publicités Enseignes

Objet : Prolongation de l'enquête relative au projet de révision du Règlement Local de Publicité de la ville d'AMIENS.

Je soussigné Jean-Claude HELY commissaire-enquêteur désigné le 9 juin 2021 par Madame la présidente du tribunal administratif d'AMIENS et chargé par arrêté de Madame le maire d'AMIENS de conduire l'enquête en objet.

Considérant les dates de publications légales dans la presse : Courrier picard : le 17/08 et le 23/08 et La Gazette : le 24/08 et le 31/08/2021, alors quelles auraient dû paraître, au plus tard, le 2 août 2021 pour la première publication.

Décide de proroger l'enquête précitée de 15 jours, soit jusqu'au 5 octobre 2021 à 17h00 et de tenir une permanence supplémentaire le 5 octobre 2021 de 14h00 à 17h00.

Je vous demande de prendre les mesures nécessaires pour porter cette décision à la connaissance du public par un affichage réalisé dans les conditions prévues dans l'article R.123-11 du code de l'environnement et le cas échéant par tout autre moyen approprié.

Fait le 18 août 2021



Jean-Claude HELY

5 Annonces légales de prolongation de l'enquête



6 Procès verbal des observations

Enquête publique révision du Règlement Local de Publicité de la ville d'AMIENS

Jean-Claude HELY  
Commissaire-enquêteur

le 7 octobre 2021

Madame Brigitte FOURE  
Maire d'AMIENS

A l'attention de Mme Mylène VERNEZ  
Direction de l'Urbanisme Réglementaire  
Unité Alignement Publicités Enseignes  
7 rue de la Malmaison  
80000 - AMIENS

Objet : Procès verbal des observations recueillies pendant l'enquête.

Au terme de l'enquête publique qui s'est déroulée du 16 août 2021 au 5 octobre 2021, j'ai l'honneur de vous communiquer le procès verbal des observations recueillies sur le registre, par courrier et sur l'adresse électronique dédiée.

Conformément à l'article R123-18 du Code de l'environnement, je vous invite à me communiquer dans le délai de 15 jours votre mémoire en réponse.

Veuillez agréer, Mesdames, mes respectueuses salutations.

Le commissaire-enquêteur

Jean-Claude HELY

Remis et commenté le 08 octobre 2021 à Madame Mylène VERNEZ.

signature



DIRECTION GENERALE  
ADJOINTE DE L'AMENAGEMENT  
DU TERRITOIRE

DIRECTION URBANISME  
REGLEMENTAIRE

UNITE  
ALIGNEMENT  
PUBLICITE ENSEIGNES

Affaire suivie par : Mylène VERNIZ

Tel : 03 22 97 41 80

Objet : RLP

Nos réf : Enseignes/publicité/enseignes/RLP

Pièce jointe : Mémoire en réponse  
AK

Monsieur Jean-Claude HELY  
Commissaire-Enquêteur



Amiens, le 22 OCT 2021

Monsieur le Commissaire-Enquêteur,

Je fais suite à la réception du procès verbal des observations recueillies durant l'enquête publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité d'Amiens qui s'est déroulée du 16 août au 5 octobre 2021.

Comme le prévoit l'article R.123-18 du Code de l'Environnement, j'ai l'honneur de vous transmettre ci-joint le mémoire en réponse.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Commissaire-Enquêteur, l'expression de ma considération distinguée.

Pour le Maire et par délégation  
Le Directeur Général

  
Gilles RYCKEBUSCH



## Mémoire en réponse aux observations

### En réponse aux observations au public :

#### 1. Sur le thème de la densité

##### ❖ Le domaine public ferroviaire :

Le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) prévoit à l'article 1.1 que « *dans les zones où la publicité est autorisée par le présent règlement, plusieurs dispositifs peuvent être installés sur le domaine ferroviaire, une distance minimale de 100 mètres linéaires doit être respectée entre chaque emplacement* ».

L'aménagement de la ZAC gare la vallée, les séquences de vues sur la Cathédrale et la Tour Perret depuis la rue Dejean, ainsi que le caractère résidentiel des abords du domaine public ferroviaire, justifient la mise en place d'une distance minimale de 100 mètres à respecter entre chaque dispositif implanté sur le domaine ferroviaire.

La proposition de l'Union pour la Publicité Extérieure (UPE) visant à réduire cette distance à 30 mètres ne permettrait pas une protection suffisante de ce secteur, notamment du fait de la longueur importante de cette unité foncière (risque d'alignement de dispositifs de long de la voie).

S'agissant des dispositifs publicitaires implantés sur les quais de la gare visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, ils sont situés dans le Périmètre Délimité des Abords (PDA) de la Tour Perret et seront désormais interdits.

##### ❖ Le nombre de panneaux publicitaires :

La mise en place de nouveaux périmètres de protection autour des monuments historiques (MH), une règle de densité plus stricte ainsi que l'application de la règle du prospect pour les dispositifs scellés au sol, ont pour effet de restreindre les possibilités d'implantation. Certains panneaux devront donc être démontés dans un délai de 2 ans à compter de l'entrée en vigueur du nouveau RLP.

S'agissant des publicités installées sur le domaine public, le nombre de mobiliers urbains dépend d'un contrat de marché public. Le projet de RLP apporte des restrictions quant aux formats (8 m<sup>2</sup> non numérique/2 m<sup>2</sup> pour le numérique) et aux secteurs d'implantation de ces mobiliers.

##### ❖ « L'inéquité sociale » du RLP :

Les règles de densité et de format sont identiques dans les secteurs résidentiels (ZP5), comme dans les abords des Monuments Historiques (ZP3). La publicité murale est autorisée dans ces deux zones, avec davantage de restrictions en ZP3 liées aux perspectives sur les MH.

Si la publicité scellée au sol est tolérée dans les secteurs résidentiels, le projet de RLP met en place une règle de densité plus stricte car les boulevards et les entrées de ville sont soumis à une pression

publicitaire importante. De ce fait, la publicité scellée au sol sera interdite sur les unités foncières dont la longueur du côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 20 mètres.

❖ La pollution visuelle du centre-ville :

Un travail important a été effectué depuis 2012 pour favoriser l'intégration harmonieuse des enseignes sur la façade des immeubles : encadrement des surfaces d'enseignes, enseignes en drapeau acceptées uniquement au rez-de-chaussée commercial et mise en place d'enseignes en lettres et formes découpées plus respectueuses de l'architecture.

La publicité sur immeuble privé est peu présente puisque seuls 4 panneaux muraux de 8 m<sup>2</sup> sont installés (1 dispositif place Vogel et 3 dispositifs rue du Général Leclerc). Le projet de RLP prévoyant une interdiction de publicité dans les périmètres délimités des abords et dans les périmètres de 500 mètres autour des Monuments Historiques lorsqu'il y a covisibilité, ces panneaux seront démontés.

Sur le domaine public, les mobiliers urbains d'information de format 2m<sup>2</sup> ou 8 m<sup>2</sup> (mupis et seniors) seront désormais interdits dans un secteur situé entre la cathédrale et le beffroi ainsi qu'aux abords du Beffroi.

❖ 200 abribus (dont 10 avec écrans numériques) :

Ils font partie des cinq types de mobilier urbain pouvant supporter de la publicité conformément au code de l'environnement (Art R.581-42 et suivants). Le mobilier urbain peut également supporter de la publicité numérique lorsqu'il est installé dans les agglomérations dont la population est supérieure ou égale à 10 000 habitants.

Ces 200 abribus, implantés sur le territoire métropolitain dans le cadre du BHNS, relèvent d'un contrat de marché public. La société Decaux met à disposition d'Amiens Métropole 200 abribus, la publicité qu'ils supportent participe à leur financement.

Ils contribuent au service public des transports en permettant d'abriter et d'assurer le confort des usagers, mais aussi parce qu'ils supportent des informations relatives au réseau de bus et aux horaires. La publicité sur abribus est donc tolérée aux abords des MH ou dans les sites.

## 2. Implantation et format des dispositifs

La disposition qui consiste à planter les dispositifs scellés au sol perpendiculairement à l'axe de la voie a notamment pour objectif d'éviter l'installation de publicités au niveau des ronds-points, risque potentiel lié à la suppression de l'ancienne règle du RLP de 2012 qui prévoyait que les publicités scellées au sol étaient placées devant un mur aveugle parallèlement au plan du mur.

Il convient de limiter la surface des bâches publicitaires à 12 m<sup>2</sup> car ces dispositifs ne sont pas suffisamment encadrés par le règlement national (aucune limitation de surface), et sont une source de pollution visuelle.

La réduction du format des publicités numériques à 2m<sup>2</sup> en zones résidentielles mixtes (ZP5) est nécessaire afin de préserver le cadre de vie des amiénois. La publicité numérique se distingue par son

caractère lumineux et animé, le rythme de défilement des images étant plus rapide et pouvant être assimilé à des flashes, elle génère des nuisances visuelles pour le voisinage.

Le format des publicités non lumineuses est également réduit, il passe de 12 m<sup>2</sup> à 8m<sup>2</sup>.

Le RLP de 2012 ne prévoyait pas de disposition relative à l'extinction des enseignes et publicités, le règlement national s'appliquait avec une extinction des dispositifs lumineux de 01h00 à 06h00. Le projet de RLP est plus restrictif puisque les publicités et enseignes seront désormais éteintes de 23h00 à 07h00 (sauf exception pour les établissements dont l'activité cesse après 23h00 ou commence avant 07h00).

### **3. Publicité lumineuse et numérique :**

#### **❖ Les enseignes numériques :**

La collectivité a fait le choix d'interdire les enseignes numériques à l'extérieur d'un local car les devantures commerciales supportent déjà plusieurs types d'enseignes (à plat, en drapeau), souvent lumineuses, ainsi que de la vitrophanie, il convient de ne pas multiplier les dispositifs sur un même immeuble.

#### **❖ Les publicités numériques :**

Le RLP de 2012 ne contenait pas de dispositions spécifiques, la publicité numérique était autorisée sur une grande partie du territoire amiénois et les demandes d'installation de publicités numériques étaient soumises aux dispositions du Code de l'Environnement (surface maximale de 8 m<sup>2</sup>). Le projet de RLP limite désormais la surface à 2 m<sup>2</sup>, sauf dans les zones d'activité où il est toléré une surface de 6,50 m<sup>2</sup> en l'absence d'habitations à proximité. De même, la publicité numérique sur mobilier urbain sera limitée à 2 m<sup>2</sup>, contre 8 m<sup>2</sup> auparavant.

De plus, ces écrans seront désormais éteints de 23h00 à 07h00.

Au plan national, il n'existe aucune norme relative à la luminance ou à la consommation énergétique des panneaux publicitaires lumineux.

Une interdiction générale et absolue de publicité lumineuse sur l'ensemble du territoire serait de nature à rompre l'égalité de traitement entre les sociétés d'affichage. En effet, le RLP doit concilier la protection des paysages et du cadre de vie avec la liberté du commerce et de l'industrie.

### **4. Règles de concurrence**

Afin d'éviter qu'un seul opérateur occupe le centre-ville, la publicité non numérique sur immeuble privé a été réintroduite dans les périmètres de 500 mètres autour des monuments historiques lorsqu'il n'y a pas de covisibilité avec un monument historique (ZP3).

### **5. 6. Zonage et documents graphiques**

Le plan de zonage sera retravaillé en format A0 et l'échelle sera indiquée.

Dans le projet de RLP, les entrées et sorties d'agglomération ont été matérialisées sur des plans distincts. En effet, il conviendrait de fournir un seul plan (plus fonctionnel).

## **7. Mobilier urbain**

Dans un souci de cohérence et d'harmonisation, le projet de RLP encadre les surfaces d'affichage sur le mobilier urbain. Tout comme sur le domaine privé, la publicité non lumineuse est limitée à 8 m<sup>2</sup> et la publicité lumineuse numérique à 2m<sup>2</sup>.

### **En réponse aux avis de la DDTM, l'Architecte des bâtiments de France et la CDNPS :**

#### **1. Préservation des sites**

S'agissant du site inscrit des boulevards intérieurs, le RLP de 2012 autorisait la publicité scellée au sol ou la publicité murale d'une surface de 12m<sup>2</sup>, ainsi que la publicité sur mobilier urbain d'une surface de 8 m<sup>2</sup>. Le projet de RLP prévoit plus de restrictions, puisque sur une partie des boulevards intérieurs du cirque Jules Verne au Parc de la Hotoie et Boulevard du Port, seule la publicité papier de 2 m<sup>2</sup> sur abribus est tolérée. Les enjeux liés à la communication municipale aux abords de la gare, nécessitent davantage de souplesse sur cette partie du site, pouvant accueillir de la publicité sur mobilier urbain d'une surface de 8 m<sup>2</sup>.

La ville n'a pas souhaité mettre en place une règle d'inter-distance sur le domaine public communal. En effet, la jurisprudence a remis en cause les règles d'inter-distance car elles sont susceptibles de créer des positions dominantes.

Il convient de souligner que depuis le décret n°2017-456 du 29 mars 2017 article 15 (post loi LCAP), l'installation de mobiliers urbains dans les abords des Monuments historiques est soumise à autorisation au titre du code de l'urbanisme (déclaration préalable) après accord de l'architecte des bâtiments de France.

#### **2. Les cônes de vue**

Des cônes de vue ont été identifiés et intégrés dans la zone de publicité n°3. Dans les cônes de vues, seule la publicité murale non numérique de 8 m<sup>2</sup> est autorisée sur les immeubles privés lorsqu'il n'y a pas de covisibilité avec un MH.

Les mobiliers urbains d'information « séniors » ou « mupis » sont autorisés car ils supportent de l'information municipale.

Afin qu'ils soient plus visibles, les cônes de vue figureront en jaune hachuré sur le plan de zonage et dans la légende.

### **3. Règle d'inter-distance entre les abribus en ZP2**

L'implantation d'un abribus étant définie en fonction des besoins du service public des transports, il ne semble pas opportun de mettre en place une règle d'inter-distance.

### **4. Les Abords MH (ZP3)**

Les mobiliers urbains d'information « séniors » participent au service public de l'information. Pour cette raison, ils sont tolérés dans les abords des Monuments Historiques. Comme évoqué ci-dessus, depuis 2017 leur installation est soumise à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France dans le cadre de la déclaration préalable de travaux.

### **5. La protection des espaces boisés classés**

Ils seront intégrés dans la ZP1 (secteurs non agglomérés).

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

La disposition prévue à l'article 1.1 du projet de règlement sera supprimée étant donné que la jurisprudence a précisé que la notion de surface unitaire ne peut s'entendre que comme englobant l'affiche et son encadrement.

### **7. Documents graphiques (vu précédemment)**

## **En réponse aux observations de l'association paysages de France et sites & monuments :**

### **1. 3. Maintenir les mesures de protection instaurées par le code de l'environnement / la publicité sur mobiliers urbains**

Pour des raisons évoquées précédemment, la publicité sur mobilier urbain est tolérée dans les abords des MH et les sites car ces mobiliers ont un intérêt public (service public des transports et service public de l'information) et la publicité qu'ils supportent participent à leur financement.

### **2. La publicité sur abribus autorisée dans les anciens secteurs d'interdiction**

Aux abords de certains Monuments Historiques, dont les monuments classés patrimoine mondial à l'UNESCO et dans les sites inscrits, seule la publicité non numérique sur abribus est tolérée. Leur petit format d'affichage (2m<sup>2</sup>) et une hauteur de 2,70 mètres par rapport au sol limitent leur impact visuel dans l'environnement.

Par rapport à l'ancien RLP, les mobiliers urbains d'information de format 2m<sup>2</sup> ou 8 m<sup>2</sup> (mupis et séniors) seront désormais interdits dans de nouveaux secteurs tels que les abords du Beffroi, les abords du jardin des plantes, le carrefour de la citadelle ou encore une partie des boulevards intérieurs (du cirque Jules Verne au Parc de la Hotoie et au boulevard du Port).

#### **4. L'interdiction des publicités scellées au sol**

On constate aujourd'hui une présence limitée des publicités scellées au sol sur le territoire amiénois puisqu'elles représentent environ 30 % des publicités sur immeubles privés. Une interdiction n'est pas envisagée, cependant le projet de RLP met en place une règle spécifique interdisant la publicité scellée au sol sur les unités foncières dont la longueur du côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 20 mètres.

#### **5. La publicité numérique**

Comme évoqué précédemment, le RLP doit concilier la protection des paysages et du cadre de vie avec la liberté du commerce et de l'industrie. Si la publicité numérique n'est pas interdite, elle se voit appliquer des restrictions importantes puisque le format maximal passe de 8 m<sup>2</sup> à 2m<sup>2</sup>.

#### **6. Zones d'activités**

Si elles bénéficient de règles plus souples notamment au niveau des formats, certains dispositifs restent interdits : publicités sur toiture, enseignes sur toiture, enseignes numériques, éclairage projeté vers le haut ou surlignage de la façade par fil néon.

De même, les enseignes sur clôture sont désormais fortement encadrées, leur surface est limitée à 2m<sup>2</sup> et elles sont limitées en nombre à un dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique.

**7. Mode de calcul des surfaces des publicités** (vu ci-dessus : la disposition prévue à l'article 1.1 du projet de règlement sera supprimée).

#### **8. Zonage**

La fusion des zones ZP2, ZP3 et ZP5 reviendrait à interdire la publicité (à l'exception des abribus) sur la majorité du territoire amiénois. Cette proposition n'est pas envisageable, l'objectif étant une présence publicitaire maîtrisée et non une interdiction générale.

#### **9. Horaires d'extinction**

Comme évoqué précédemment, le RLP de 2012 ne contenait pas de dispositions relatives à l'extinction des enseignes et publicités, il était fait application du règlement national prévoyant une extinction des dispositifs lumineux de 01h00 à 06h00. Le projet de RLP est plus restrictif puisque les publicités et enseignes seront désormais éteintes de 23h00 à 07h00 (sauf exception pour les établissements dont l'activité cesse après 23h00 ou commence avant 07h00).

#### **10. Surfaces et nombre des enseignes à plat**

La proposition de limiter le nombre d'enseignes à plat à trois dispositifs sur une même façade commerciale est intéressante et pourrait être intégrée au projet de RLP.

S'agissant de la surface unitaire des enseignes à plat, les dispositions du RLP de 2012 seront reconduites car jugées efficaces.

## **11. Enseignes scellées au sol**

Toutes les enseignes scellées font l'objet de restrictions, y compris les dispositifs dont la surface est inférieure à 1m<sup>2</sup>. Le projet de RLP prévoit un format de 2 m<sup>2</sup> dans le centre historique, 4 m<sup>2</sup> dans les quartiers résidentiels/mixtes et 6 m<sup>2</sup> dans les zones d'activité. Ces formats étant restreints par rapport au format de 12 m<sup>2</sup> autorisé par le Règlement National. Quant à leur nombre, elles sont désormais limitées à une enseigne placée le long de chaque voie ouverte à la circulation publique.

## **12. Enseignes temporaires**

Elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, des travaux publics ou encore des opérations de construction ou réhabilitation. Pour ces raisons, une surface de 8 m<sup>2</sup> est tolérée, toutefois leur nombre est limité à un dispositif par unité foncière.

Page | 7

*Réponses ajoutées au mémoire suite à la demande de complément du commissaire-enquêteur :*

Concernant l'interdiction de publicité autour des établissements scolaires : l'interdiction de publicité à proximité des établissements scolaires nécessiterait l'installation d'abribus sans publicité, ce qui n'est pas possible actuellement compte tenu du mode de financement des abribus.

Concernant l'article 4 du projet de règlement, nous allons rappeler la liste des cônes de vue en début d'article afin d'explicitier l'application des dispositions de l'article 4.1 aux cônes de vue.