Commune de Loos-En-Gohelle

Rapport de présentation du Règlement local de publicité

Sommaire

Introduction **P3**

I. Contexte et calendrier de la démarche **P4**

II. Diagnostic **P6**

III. Orientations **P9**

IV. Objectifs **P11**

Conclusion **P 15**

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 123-13 et des dispositions transitoires de l'article L. 123-19 du même code.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. À défaut de document d'urbanisme, il est tenu à la disposition du public.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.
  Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 123-25 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale.
(Article R. 581-79 du code de l'Environnement)

I. Contexte et calendrier de la démarche

I.1 Contexte

Situation géographique

Le territoire de Loos-en-Gohelle, ville de 7000 habitants, est située au cœur du bassin minier du Pas-de-Calais. La ville est limitrophe des agglomérations de Lens et de Liévin, et membre de la Communauté d'agglomération de Lens-Liévin, qui compte 36 communes et plus de 250000 habitants.
La commune s'inscrit par ailleurs au sein du périmètre du SCOT de Lens-Liévin Hénin Carvin, adopté en février 2008.
A 15 kilomètres de Béthune, 20 kilomètres d'Arras, et 35 kilomètres de Lille, le territoire s'inscrit au sein d'un paysage fortement urbanisé, tout en conservant des caractéristiques du village rural du XIXe siècle. Située sur la vaste plaine de la Gohelle, au pied des collines de l'Artois, la ville compte 70 % de sa superficie totale (1270 ha) classée en zone naturelle à vocation agricole. Une petite vingtaine d'exploitations agricoles, dont deux classées, sont en activité aujourd'hui.
Le passé industriel de la commune, marqué par l'exploitation de sept puits de mine, est matérialisé encore aujourd'hui par de nombreuses friches minières, et une emprise importante des terrils, dont les terrils coniques 11/19 (les plus hauts d'Europe), vestiges témoins du passé minier. Un certain nombre de ces vestiges sont classés ou inscrits à l'inventaire des monuments historiques.
Le bassin minier du Pas de Calais est inscrit depuis le 30 juin 2012 au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Ville pilote du développement durable

La commune de Loos-en-Gohelle, de par son passé minier, est très sensible aux urgences écologiques, sociales et économiques. C'est pourquoi elle mène depuis une quinzaine d'années, une politique axée vers un développement durable. Forte d'un ensemble d'expériences, elle se revendique aujourd'hui ville pilote du développement durable.
Depuis une dizaine d'années, la ville se distingue par des réflexions et actions au caractère précurseur, dans le but de gérer son territoire de manière plus respectueuse de l'environnement.
Signée au début des années 2000, la charte du cadre de vie fut par exemple un document figurant le cadre global de tous les projets, qui a donné naissance à un ensemble de réalisations concrètes, en urbanisme notamment : généralisation de la construction HQE, extension de la ceinture verte, gestion alternative des eaux.
Cet engagement en faveur du développement durable se traduit au niveau de la gouvernance du territoire par une implication systématique de la population. Des démarches participatives sont mises en place afin d'associer les habitants et les rendre acteurs de la vie communale.

La révision du PLU

La commune de Loos-en-Gohelle, dotée d'un POS approuvé en 2000, et révisé en 2005, a engagé la révision générale de son document d'urbanisme en 2010. Le vote définitif du PLU devrait intervenir au début de l'année 2013 (le projet a été arrêté en octobre 2012).

I.2 Calendrier de la démarche

- **Contenu de la mission**

L'affichage publicitaire non maîtrisé est un problème que beaucoup de communes françaises connaissent, et notamment dans les entrées de ville. Cela constitue un réel enjeu en termes de rayonnement, d'aménagement paysager, et de sécurité.

Devant la dégradation importante de son territoire liée à la présence anarchique de publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes - Cf. lexique en annexe) essentiellement concentrée le long de la RD943 (Route de Béthune), la commune de Loos-En-Gohelle a décidé, fin 2011, de commander une étude pour résoudre cette problématique.

Le contenu de la mission en trois phases confiée en décembre 2011 au bureau d'étude spécialisé Alkhos est le suivant :

- Phase I : diagnostic de la publicité extérieure à Loos-En-Gohelle.
- Phase II : Elaboration d'un règlement local de publicité (RLP - tel que prévu à l'article L.581-14 du Code de l'Environnement).
- Phase III : Mise en œuvre du RLP

- **Chronologie**

- Phase I : diagnostic de la publicité extérieure à Loos-En-Gohelle.

- Janvier-février 2012, réalisation du diagnostic des irrégularités en matière d'affichage publicitaire dans la commune de Loos-En Gohelle, et identification des sites nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.
Cette phase a été achevée le 22 mars 2012 par sa restitution.

- Phase II : Elaboration d'un règlement local de publicité (RLP).

En juillet 2010, la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II modifie, notamment, certaines dispositions du Code de l'environnement dans son chapitre relatif à la publicité extérieure :

« *Art. L. 581-14.* − L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité »

« *Art. L. 581-14-1.* − Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme ».

Le 21 septembre 2011, le conseil municipal de Loos-en-Gohelle délibère pour prescrire l'élaboration d'un règlement local de publicité sur le territoire communal et définit les modalités de la concertation.
La délibération a été notifiée au préfet, au président du conseil général, au président du conseil régional, au président de la communauté d'agglomération de Lens Liévin, aux présidents des chambres consulaires ;

Une réunion publique de concertation a été organisée le 9 mai 2012 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux et des représentants des sociétés d'affichage ;

Dans le cadre de la concertation prévue par l'article L581-14-1 du Code de l'Environnement, la commune a souhaité veiller à associer l'ensemble des acteurs suivants :
- Mission Bassin minier, CAUE
- les services de l'Etat : ABF, DIREN, Préfecture
- les professionnels de l'affichage
- des représentants des acteurs économiques
- à leur demande, les associations de défense du paysage et les représentants des propriétaires.

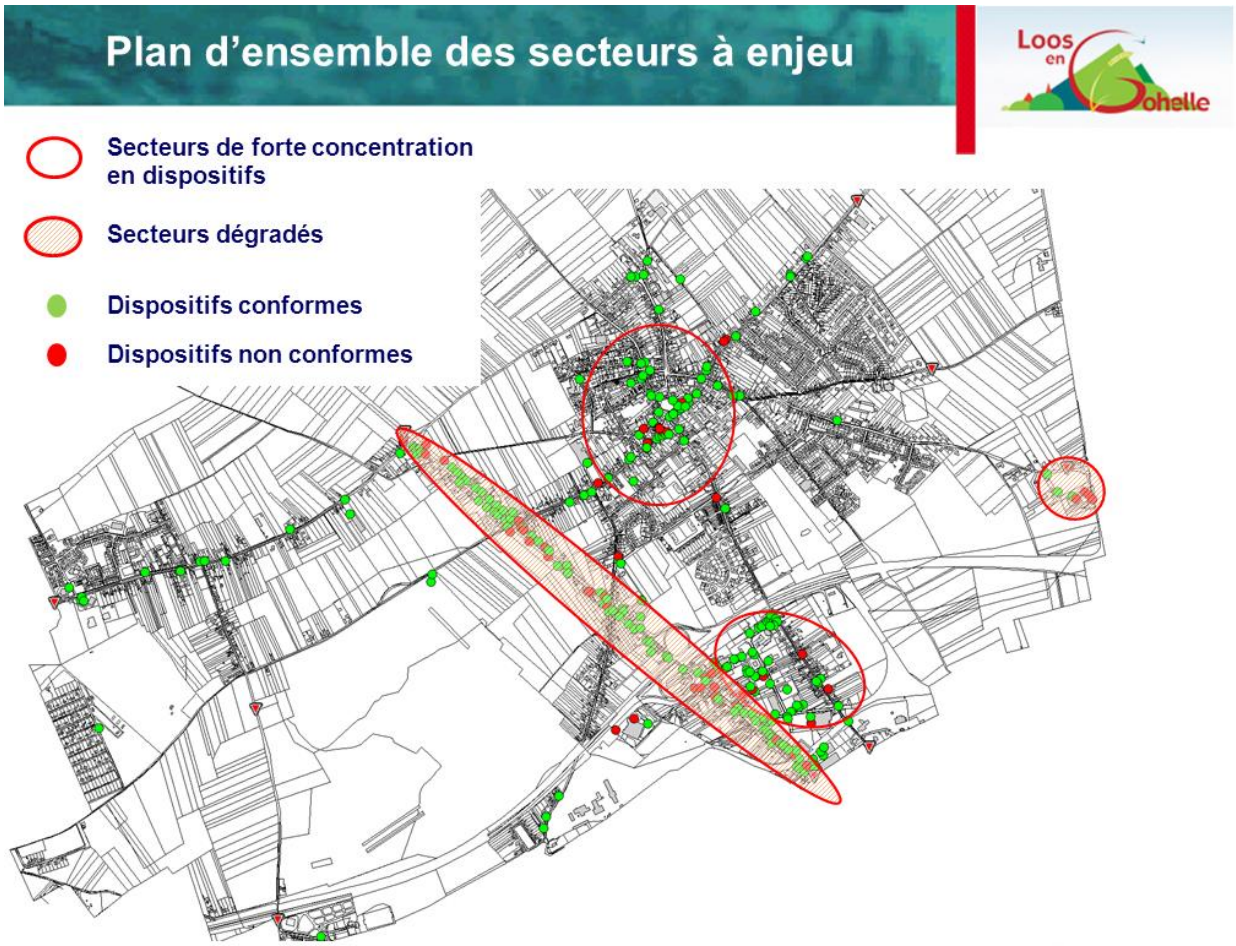
II. Diagnostic

A partir d'un repérage de terrain, le prestataire a procédé à un recensement et une description de l'ensemble des dispositifs publicitaires existant sur le territoire communal, à savoir : enseignes, préenseignes, panneaux publicitaires, mobilier urbain, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Le diagnostic a fait apparaître diverses problématiques dans la commune en termes d'affichage :
- affichage qui prolifère aux entrées de la ville (qui constituent en partie les entrées de l'agglomération de Lens-Liévin, qui accueillera prochainement le projet de pôle culturel Louvre-Lens), zones périphériques fortement exposées aux nuisances sonores et visuelles,
- affichage de grande dimension,
- affichage sauvage lié à des manifestations,
- qualité perfectible des enseignes,

Le RLP doit apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune ;

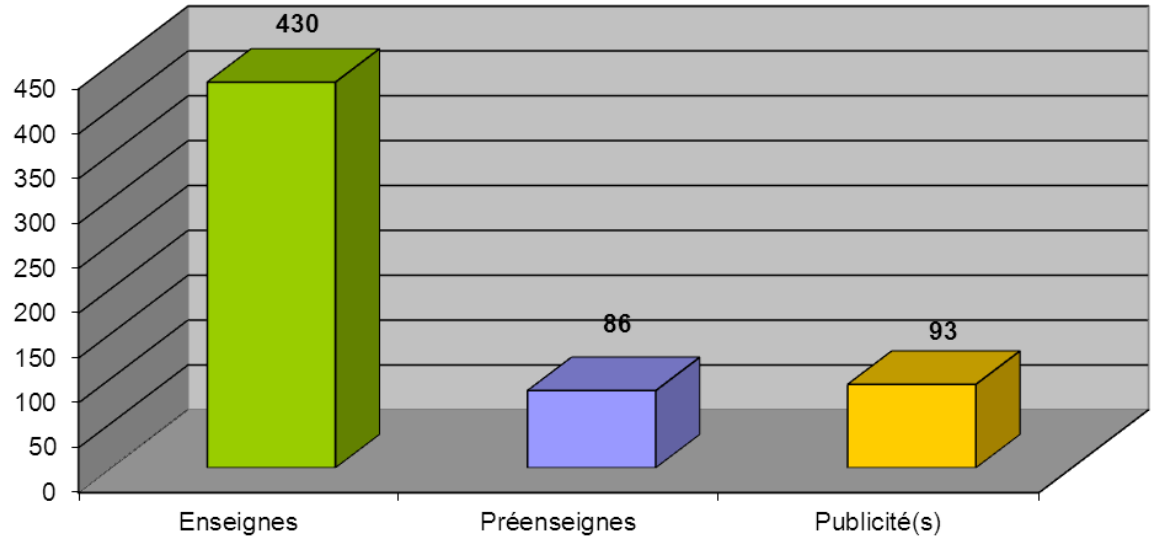
Le diagnostic a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus dégradés.



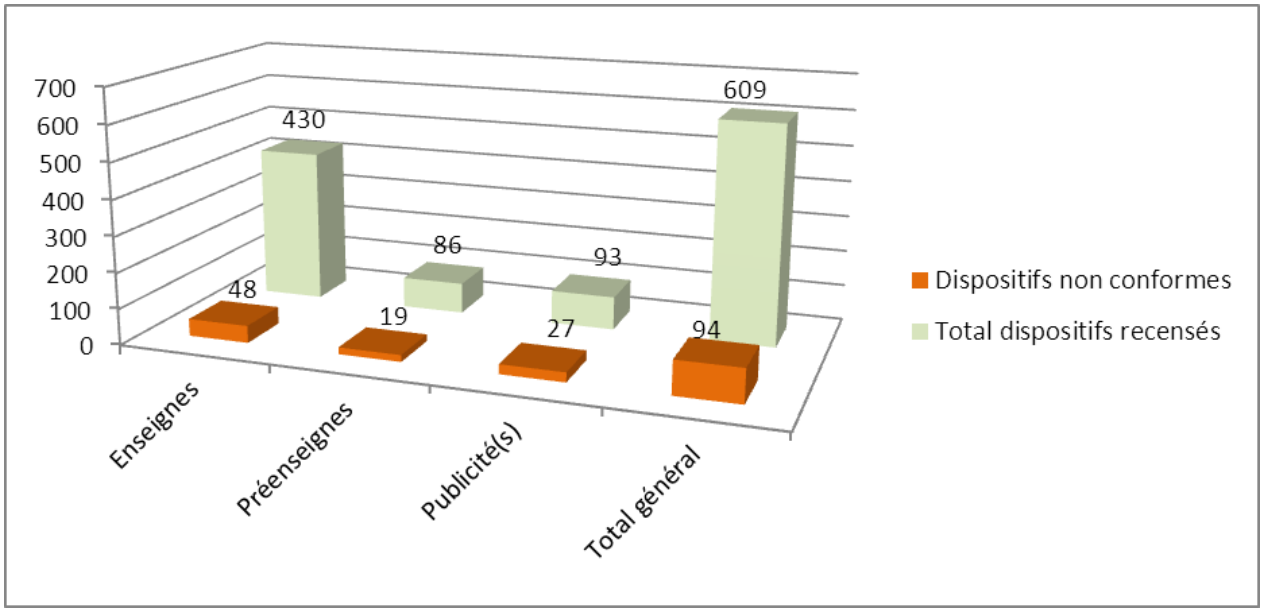
Le secteur le plus dégradé est situé le long de la RD943 (route de Béthune). Il se caractérise par une densité très importante de publicités scellées au sol ou sur façade qui ont un impact très fort sur cet axe mais dégradent également les perspectives visuelles sur les terrils jumeaux et sur le carreau de fosse du 11/19, dont les deux chevalets sont classés monuments historiques. Une autre zone dégradée se situe à l'intersection entre la RD 947 (route de la Bassée) et la rue Denfert Rochereau.
On peut noter également une forte concentration en dispositifs (surtout des enseignes) dans la zone d'activité du Grand Mont et dans le centre-ville commercial.

La dégradation du territoire se caractérise par un nombre important de dispositifs en infraction avec le Code de l'Environnement et/ou portant fortement préjudice au territoire.

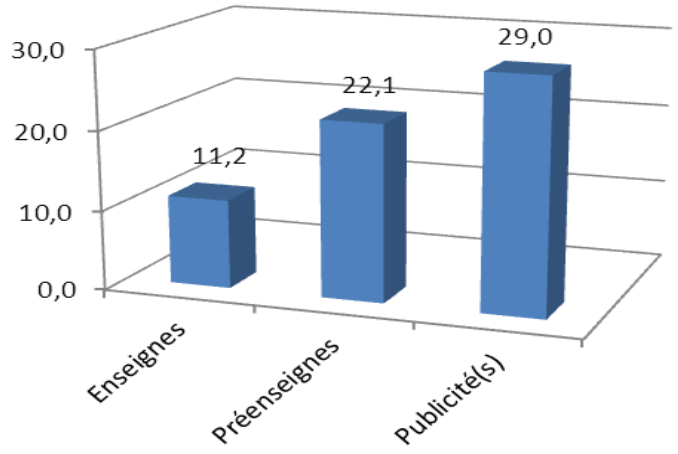
609 dispositifs ont été recensés début 2012 dans la commune de Loos-en-Gohelle dont une majorité d'enseignes (430).



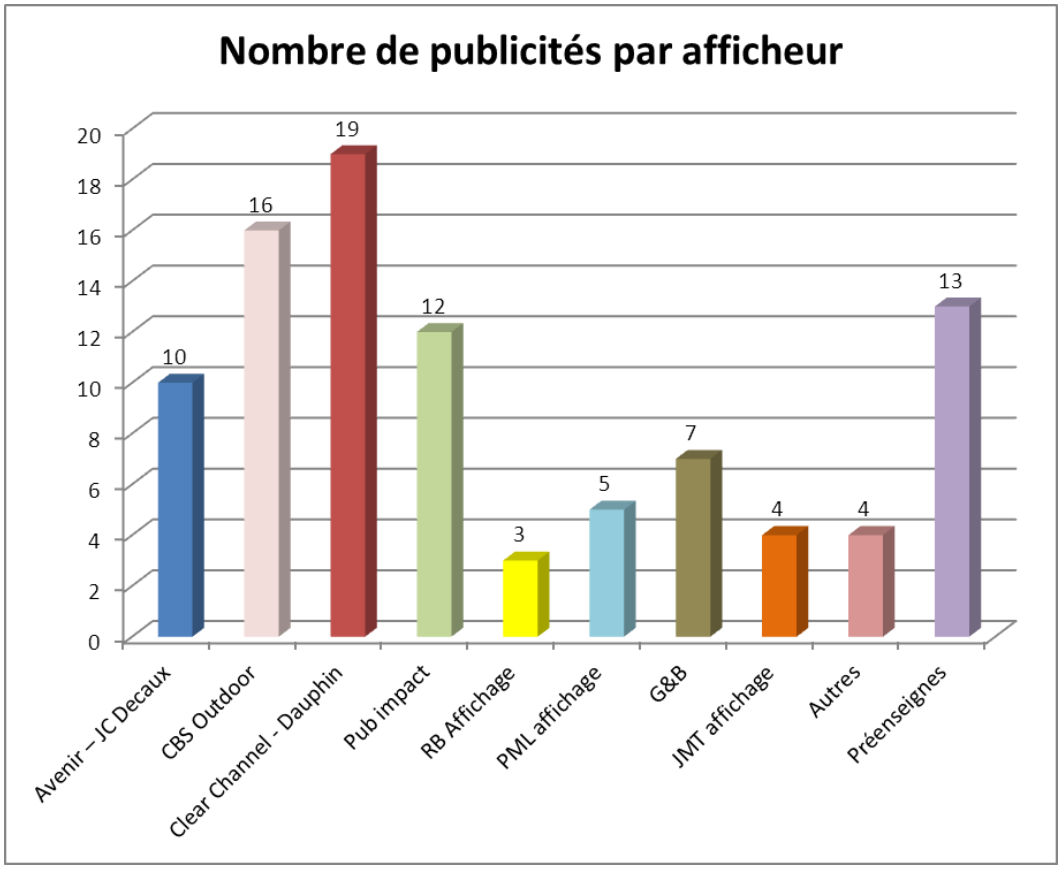
Sur les 609 dispositifs recensés, **94 étaient en infraction** avec la réglementation nationale en vigueur avant le 1er juillet 2012, date de prise en compte par le code de l'environnement des dispositions prises par le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 suite à la loi du 12 juillet 2010 la loi portant engagement national pour l'environnement.



Le diagnostic a fait ressortir que plus de la moitié des infractions était le fait des enseignes suivi par les publicités (près d'un tiers des infractions).
En ce qui concerne les préenseignes, si 19 sont en infraction vis-à-vis du seul Code de l'environnement, elles sont en fait 76 à être non conforme si on prend en compte le code de la route.



En pourcentage, ce sont les publicités qui sont les dispositifs qui comportent le plus d'infractions (29 %), alors que les enseignes n'atteignaient que 11,2% d'infractions.



L'affichage publicitaire présent dans la commune se répartit entre 8 principales sociétés d'affichages dont les plus représentées sont, dans l'ordre décroissant : Clear-Channel-Dauphin, CBS Outdoor, Pub Impact, et Avenir- JC Decaux.

Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que de nombreux dispositifs conformes vis-à-vis de la réglementation nationale, portaient cependant un préjudice important au territoire et que la simple application de la réglementation nationale ne serait pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la commune.

III. Orientations

Du fait de sa situation géographique et de son histoire, la commune est dotée de forts atouts en matière de paysage : vaste plaine agricole, vues offertes sur le centre de la commune de par les reliefs induits par les affaissements, présence des plus hauts terrils d'Europe, vestiges patrimoniaux et marqueurs paysagers du territoire. Ces caractéristiques paysagères font de la ville de Loos-en-Gohelle une composante du « Paysage Culturel Evolutif » inscrit par l'Unesco sur la Liste du Patrimoine mondial. Cette labellisation constitue une chance considérable pour le territoire et renforce l'impératif de protection des paysages à proximité des sites miniers remarquables.
Qu'il soit contrôlé ou subi, l'affichage publicitaire fait partie intégrante des paysages urbains et n'est pas sans impact sur le cadre de vie des habitants. Si la publicité est un droit à l'information, la pollution visuelle, induite par la multitude de panneaux publicitaires, représente un handicap majeur pour le territoire. Les axes principaux sont les plus exposés (ex : route de Béthune ou RD 943) : les panneaux qui sont déposés de manière déstructurée sont source d'insécurité et d'inconfort visuel. Aujourd'hui la réglementation nationale autorise des dispositifs qui ne sont plus adaptés aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère, identifiés par la commune de Loos-en-Gohelle.
Soucieuse du cadre de vie de ses habitants, la municipalité s'est donc prononcée en faveur d'une réduction de l'affichage publicitaire sur son territoire et souhaite pour cela adopter un règlement local de publicité (RLP).

Sur la base du diagnostic, la commune de Loos-en-Gohelle a défini les grands enjeux et les orientations de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure :

I - Améliorer le cadre de vie des habitants et renforcer l'identité et l'image du territoire :

- En améliorant la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers les traversant qui constituent la première vitrine du territoire et en particulier, les abords de la RD 943 (route de Béthune) et la RD 947 (route de la Bassée) ;
- En protégeant, voire, en mettant en valeur le patrimoine architectural du centre ville ;
- En valorisant le patrimoine paysager par la préservation des perspectives sur les vestiges miniers (Terrils des fosses 11/19 et leur cavalier notamment).

Améliorer le cadre de vie des habitants

Renforcer l'identité du territoire

Valoriser le patrimoine architectural

Valoriser le patrimoine paysager

II - Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :

- En privilégiant la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activité.

III - Renforcer la sécurité des automobilistes

- En limitant les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière.

IV. Objectifs

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Loos-en-Gohelle a arrêté les objectifs qui ont servi à la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son règlement local de publicité.

Zonage : trois niveaux de propositions

Il a été décidé d'instaurer trois zones de publicité réglementées distinctes sur l'ensemble du territoire de la commune de Loos en Gohelle, afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés.

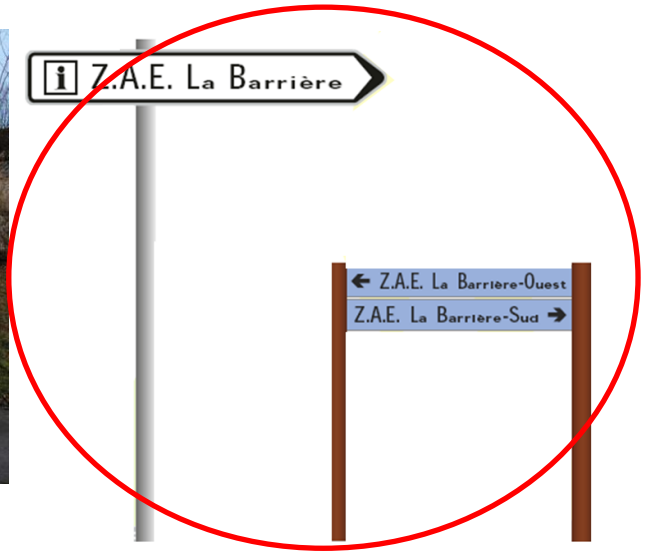
La zone de publicité réglementée n° 1 concerne l'ensemble des secteurs à vocation principale d'habitation et d'équipement situés en agglomération.

La zone de publicité réglementée n° 2 concerne les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle. Elle englobe notamment la zone d'activité du Grand Mont.

La zone de publicité réglementée n° 3 concerne l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération. Elle permet de réglementer les enseignes des établissements isolés.

Objectifs pour les préenseignes

- Limiter les préenseignes aux seuls établissements isolés pour favoriser leur fonctionnalité.
- En dehors du RLP, développer le jalonnement routier des zones et les relais d'information service. Ces relais seront composés de plans de ville indiquant les différents commerces (sur base volontaire, avec une participation des commerçants).



Harmoniser l'aspect des préenseignes en imposant la signalisation d'information locale.
Limiter les préenseignes au profit d'une signalétique de zone.

Objectifs pour les enseignes

- Limiter la surface des enseignes sur façade en proportion de la surface commerciale de la façade (15% maximum, comme le prévoit la réglementation nationale depuis le 1er juillet 2012). Au-delà de la réglementation nationale, limiter le nombre d'enseignes par façade d'établissement et imposer un seuil maximum par enseigne (25 m²)

- Pour les enseignes scellées au sol, au-delà de la réglementation nationale qui limite le nombre des enseignes scellées au sol à 1 dispositif par voie bordant l'activité (depuis le 1er juillet 2012), ne les autoriser que si le bâtiment commercial est au moins à 10 m en retrait de la chaussée, Imposer des formats maximum inférieurs au format très impactant de 12 m² (Surface 6 m² et hauteur 4 m maximum sous forme de totem en zone d'activité)Proscrire les enseignes sur toiture au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants.

Objectifs pour les enseignes du centre ville

Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade.

Objectifs pour les enseignes en zones d'activité

*Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des **enseignes à plat sur façade**.*

*Améliorer la lisibilité **des zones d'activité** en limitant le nombre et la surface des **enseignes scellées au sol.***

*Interdire les **enseignes sur toiture** au profit des enseignes à plat sur façade afin de préserver les perspectives sur les paysages environnants.*

Objectifs pour la publicité

- Limiter la publicité à la seule route de Béthune afin de préserver notamment le centre-ville.
- Proscrire la publicité scellée au sol sur les parcelles non bâties afin de préserver les perspectives sur les paysages environnants et notamment, les terrils et dans les secteurs à vocation principale d'habitation (zone réglementée n°1).
- Limiter le format à 2, 4 ou 8 m² au lieu de 12 m² actuellement.
- Interdire les dispositifs éclairés ou déroulants pour des raisons d'économie d'énergie.
- Limiter les dispositifs scellés au sol en imposant des densités plus strictes que la réglementation nationale (1 seul dispositif sur les unités foncières de plus de 50 m linéaires de façade sur rue : 2 dispositifs potentiels)
- Limiter les dispositifs sur façade aux seuls pignons aveugles et limiter leur nombre à 1 seul par façade et par unité foncière (28 dispositifs possibles)

Publicité scellée au sol

Favoriser l'intégration de la publicité scellée au sol *en limitant les surfaces et en instaurant des règles de densité.*

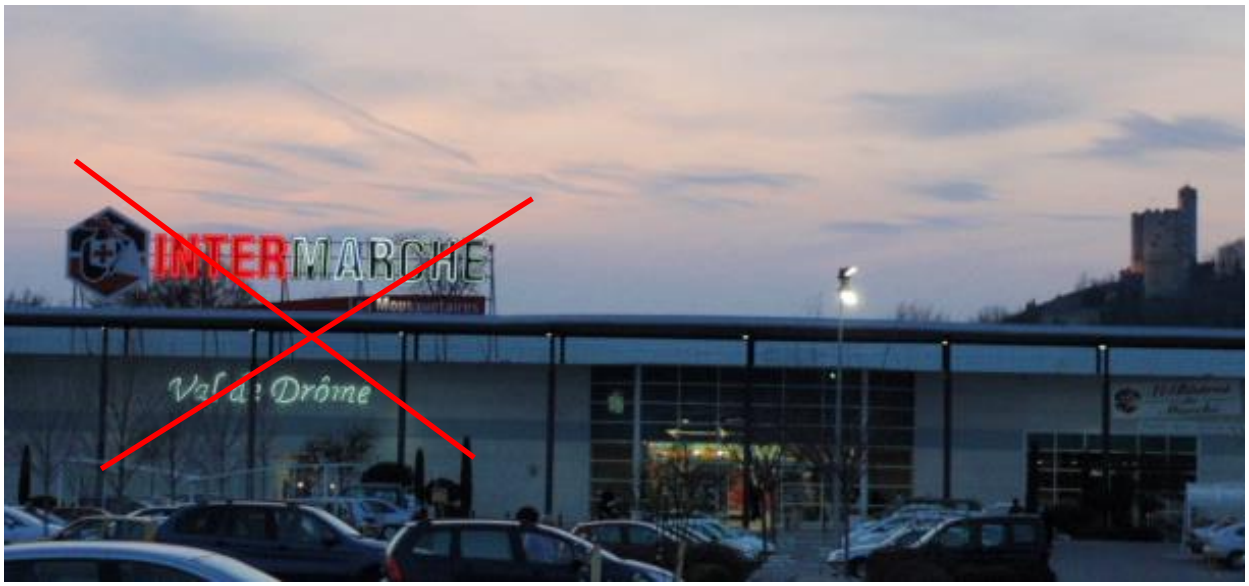
Favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre, la surface et la densité des publicités sur façade.

Economies d'énergie

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité extérieure :

- En limitant les heures d'éclairage des enseignes au-delà de ce que prévoit la réglementation nationale.
- En limitant les possibilités d'enseignes lumineuses aux seuls dispositifs à plat sur façade non animés.

Les publicités ne doivent pas être ni animées, ni éclairées.



Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, la commune de Loos-en-Gohelle, en concertation avec les acteurs du territoire, a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un **document réglementaire** plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du règlement local de publicité introduit par le présent rapport de présentation.