

**RAPPORT DE LA COMMISSION D'ENQUETE  
COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION FECAMP CAUX LITTORAL**

**Enquête publique portant sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Enquête du 18 décembre 2023 au 19 janvier 2024**

**ARRETE N°2023-04 du 22/11/2023**

Prescrivant l'enquête publique portant sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral

**Président :**

Monsieur José LACHERAY.

**Membres titulaires :**

Madame Brigitte BEAUGRARD-ROBIN,  
Monsieur Patrick WALCZAK.

**Membre suppléant :**

Madame Sylvie BONHOMME.



Le présent dossier comprend deux parties distinctes :

- d'une part, le rapport d'enquête,
- d'autre part, les conclusions motivées et l'avis de la commission d'enquête, conformément à la réglementation.

## **ENQUETE PUBLIQUE**

### ***Enquête publique portant sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral***

#### **Objet de l'enquête :**

Les dispositifs de publicité, enseignes et préenseignes peuvent venir impacter le cadre de vie et les paysages, aussi leur implantation est soumise à une réglementation nationale. Leur installation doit être conforme à diverses règles (emplacement, densité, surface, hauteur, éclairage) définies dans le code de l'environnement.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document d'urbanisme destiné à adapter la réglementation nationale aux enjeux du territoire. Ainsi, il identifie sur le territoire des secteurs au regard de leurs caractéristiques urbaines et paysagères et de leur sensibilité à la publicité, et y définit les conditions d'implantation des différents dispositifs. Le président de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral organise une enquête publique permettant d'informer le public et de recueillir ses observations sur le projet de RLPi.

L'Enquête publique concerne la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral composée au 01 janvier 2021 de 33 communes et 38 310 habitants (2019) pour un territoire de 204 km<sup>2</sup>.

La commune de Fécamp représente 47% de la population (18 401 habitants) pour 7% du territoire, puis les communes suivantes :

- Saint-Léonard                      1 709 habitants
- Froberville                            1 194 habitants
- Les Loges                                1 106 habitants
- Sassetot-Le-Mauconduit    1 035 habitants
- Epreville                                1 013 habitants

## Les communes concernées par cette enquête sont :

Ancretteville-sur-Mer ; Angerville-la-Martel ; Colleville ; Contremoulins ; Criquebeuf-en-Caux ; Écretteville-sur-Mer ; Életot ; Épreville ; Fécamp ; Froberville ; Ganzeville ; Gerponville ; Gerville ; Limpiville ; Les Loges ; Maniquerville ; Riville ; Saint-Léonard ; Saint-Pierre-en-Port ; Sainte-Hélène-Bondeville ; Sassetot-le-Mauconduit ; Senneville-sur-Fécamp ; Sorquainville ;Thérouldeville ; Theuville-aux-Maillots ; Thiergeville ; Thiétreville ; Tourville-les-Ifs ; Toussaint ; Valmont ; Vattetot-sur-Mer ; Yport ; Ypreville-Biville



Le territoire de l'Agglomération Fécamp Caux Littoral



## SOMMAIRE

<b>1.</b>	<b>PRESENTATION DU DEMANDEUR .....</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>PRESENTATION DU PROJET .....</b>	<b>5</b>
2.1.	LE REGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITE. ....	5
2.2.	REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL .....	7
2.3.	PROCEDURE D'ELABORATION D'UN RLPI.....	7
2.4.	ÉTAT DES LIEUX DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES .....	10
<b>3.</b>	<b>DEROULEMENT DE L'ENQUETE .....</b>	<b>12</b>
3.1.	NOMINATION.....	12
3.2.	DOSSIER D'ENQUETE.....	12
3.2.1.	<i>Liste des pièces du dossier .....</i>	<i>12</i>
3.2.2.	<i>Analyse du contenu du dossier .....</i>	<i>13</i>
3.2.3.	<i>Cadre juridique de l'enquête.....</i>	<i>15</i>
3.3.	ARRETE D'OUVERTURE DE L'ENQUETE PUBLIQUE .....	17
3.4.	ACCES DU PUBLIC AUX PIECES DU DOSSIER .....	17
3.5.	PERMANENCES DE LA COMMISSION D'ENQUETE .....	18
3.6.	REGISTRE « PAPIER » .....	18
3.7.	REGISTRE NUMERIQUE ET COURRIER ELECTRONIQUE .....	19
3.8.	PUBLICITE .....	19
3.9.	PREPARATION DE L'ENQUETE. ....	19
3.10.	REUNIONS ET VISITE.....	20
<b>4.</b>	<b>BILAN DE L'ENQUETE PUBLIQUE.....</b>	<b>21</b>
4.1.	PARTICIPATION DU PUBLIC .....	21
4.2.	PERMANENCES.....	21
4.3.	REGISTRE NUMERIQUE .....	23
4.4.	PROCES-VERBAL DE SYNTHESE DES OBSERVATIONS .....	23
4.5.	MEMOIRE EN REPONSE DE LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DE FECAMP CAUX LITTORAL .....	23
<b>5.</b>	<b>LES OBSERVATIONS.....</b>	<b>24</b>
5.1.	PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES .....	24
5.2.	DETAIL DES OBSERVATIONS.....	27
5.2.1.	<i>Contribution de la commission d'enquête.....</i>	<i>52</i>
<b>6.</b>	<b>PIECES ANNEXEES AU PRESENT RAPPORT D'ENQUETE .....</b>	<b>56</b>
<b>7.</b>	<b>PIECES ANNEXEES AU DOSSIER D'ENQUETE .....</b>	<b>56</b>

## 1. PRESENTATION DU DEMANDEUR

Le dossier d'enquête a été déposé par la :

### Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral

825 route de Valmont

76400 FECAMP

Contact : Mesdames VION et DEHOUCK

## 2. PRESENTATION DU PROJET

### 2.1. Le Règlement National de Publicité.

Le RLPI a pour but d'encadrer les conditions d'installations des :



**PUB** : Publicité scellée au sol ou sur support ; **MU** : Publicité sur Mobilier Urbain ; **PE** : Préenseigne scellée au sol ou **C** : posée au sol type chevalet ; **E** : enseigne à plat perpendiculaire ; **E** : En toiture et scellée au sol.

**Publicités** : (P) Inscription, forme ou image destinée à informer le public, à attirer son attention ;

**Enseignes** : (E) Inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble ou un terrain, relative à l'activité qui s'y exerce ;

**Pré-enseignes** : (PE) Inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité ;

**Pré-enseignes dérogatoires** : (PE) Préenseigne ayant le droit de se signaler en dehors des lieux qualifiés d'agglomération.

	Produits du Terroir	Activités Culturelles	Monuments Historiques
Distance maximale du dispositif	5Km	5Km	10Km
Hauteur maximale du dispositif	1m	1m	1m
Largeur maximale du dispositif	1.5m	1.5m	1.5m
Nombre maximal de dispositifs	2	2	4

### Dispositifs temporaires :

-Signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.

-Installés pour plus de trois mois lorsqu'ils signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location.

-Supports d'affichage spécifiques : Sur mobilier urbain, bâches, petit format ou de dimensions exceptionnelles, d'opinion ou sur véhicules terrestres. Dès l'entrée en vigueur du RLPi, les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité porté à 6 ans pour les enseignes et à 2 ans pour les publicités et pré-enseignes. Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité intercommunal, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue de s'appliquer.

## 2.2. Règlement Local de Publicité Intercommunal

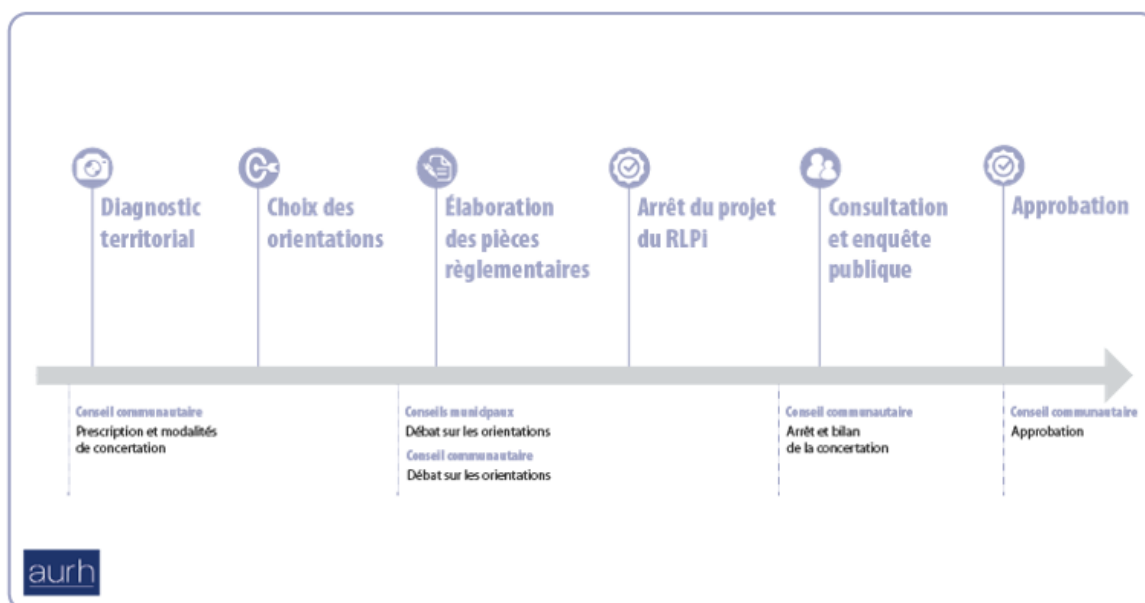


### Règlement local de publicité intercommunal



## 2.3. Procédure d'élaboration d'un RLPI

Les dispositions qui encadrent la publicité sont fixées par les articles L581-1 à L581-45 et R 581-1 à R 581-88 du Code de l'Environnement. L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal est calquée sur la procédure du Plan local d'Urbanisme, en application de l'article L581-14-1 du Code de l'environnement.



L'élaboration du RLPI se déroule en concertation avec les Personnes Publiques Associées (PPA), les professionnels de la publicité et avec les habitants du territoire de Fécamp Caux Littoral.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la préservation de la biodiversité, la réduction de la facture énergétique nationale constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression, ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

Par délibération en date du 12 avril 2018, la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'intégralité de son territoire

Le Règlement Local de Publicité intercommunal permettra d'harmoniser le traitement de la publicité sur l'ensemble de l'agglomération et de continuer d'autoriser la publicité dans le périmètre du Site Patrimonial Remarquable (SRP) de Fécamp. Ainsi, ce nouvel outil a pour objectifs de :

- **Réaliser un recensement global des dispositifs existants sur le territoire ;**
- **Assurer une meilleure protection du cadre de vie en réduisant la pression publicitaire dans certains secteurs et en améliorant l'intégration de la publicité et des enseignes dans le paysage ;**
- **Autoriser la publicité dans certains secteurs avec le règlement associé ;**
- **Réintroduire éventuellement la publicité dans certains secteurs, et notamment hors agglomération si nécessaire ;**
- **Harmoniser les dispositifs sur le territoire ;**
- **Maîtriser les installations des enseignes temporaires ;**
- **Réfléchir, en lien avec le PLUi, à l'aménagement des entrées de ville ;**
- **Valoriser l'économie locale et assurer l'information nécessaire à la fréquentation touristique.**

Les différents acteurs du Règlement Local de Publicité intercommunal sont les :

- Afficheurs (annonceurs), le RNP et le RLPi réglementent la publicité ;
- Commerçants et Entreprises, le RNP et le RLPi encadrent les préenseignes et les enseignes
- Maires des communes doivent faire appliquer le règlement. Gérer les déclarations préalables (pour l'installation, modification ou remplacement d'un dispositif qui supporte de la publicité), les autorisations pour les dispositifs de publicité lumineuse autre que les dispositifs qui supportent des affiches éclairées. Les enseignes sur les immeubles et dans lieux mentionnés dans le RLPi sont aussi soumises à autorisation. Gérer les autorisations d'occupation du domaine public pour les dispositifs posés au sol.

**Le RLPi de Fécamp Caux Littoral comprend huit zones de publicités délimitées par les limites d'agglomération au titre du code de la route.**

**1) La zone naturelle récréative** est la plus stricte du RLPi Fécamp Caux Littoral. Elle comprend les espaces en agglomération autour du vélo route du lin, à Fécamp, Colleville, Valmont et Riville, la plage de Fécamp, la plage de Yport, le port de Fécamp et les Ballastières.



**2) La zone Littorale et OGS** comprend toutes les communes littorales, à l'exception de Fécamp, et les communes comprises dans le périmètre de l'Opération Grand Site (OGS) « Falaises d'Étretat — Côte d'Albâtre » : Criquebeuf-en-Caux, Eletot, Froberville, Les Loges, Saint-Léonard, Saint-Pierre-en-Port, Sassetot-le-Mauconduit, Senneville-sur-Fécamp, Vattetot-sur-Mer et Yport.

Certaines agglomérations ne sont qu'en partie comprises dans cette zone littorale et OGS.

(Lancée à la fin des années 75, une Opération Grand Site (OGS) est une démarche proposée par l'État aux collectivités territoriales pour réhabiliter et mettre en valeur les sites classés qui, de part leur grande renommée, ont été victimes de dégradation par une fréquentation touristique importante.)

**3) La zone patrimoniale** reprend le périmètre des secteurs urbains patrimoniaux situés en agglomération du Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) de Fécamp Caux Littoral : Saint-Pierre-en-Port, Sassetot-le-Mauconduit, Valmont et Yport. Cette similitude de zonage permet de garantir une cohérence entre les deux documents d'urbanisme du territoire. Dans l'agglomération de la ville de Fécamp, la zone patrimoniale est étendue par rapport aux secteurs urbains patrimoniaux du PLUi, afin de tenir compte du périmètre du Site Patrimonial Remarquable.

**4) La zone résidentielle** comprend les quartiers résidentiels de Fécamp, dans lesquels la publicité est peu présente. Ces secteurs, éloignés des axes principaux de la ville, n'ont pas vocation à accueillir davantage de dispositifs.

**5) La zone de la gare** est un périmètre de 50 mètres autour de la parcelle restreinte de la gare de Fécamp. Ce site constitue une zone de publicité particulière puisqu'il s'agit de la seule zone qui autorise la publicité numérique et les enseignes numériques de plus de 0,55 m<sup>2</sup> sur le territoire intercommunal.

**6) La zone d'activités commerciale** est délimitée en agglomération sur la zone d'activités de Toussaint et les trois sites de grande distribution de Fécamp : Carrefour, Carrefour Market et Aldi / Leclerc Drive.

En application de l'article L.581-7 du code de l'environnement, il est possible d'autoriser la publicité « *à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret* ». La zone commerciale « Les Voiles 1 », située à Saint-Léonard le long de la RD.925, répond aux critères de définition d'un centre commercial, édictée par l'ancien Ministère de l'écologie, du Développement Durable et de l'énergie, à savoir un « *ensemble d'au moins 20 magasins et services totalisant une surface commerciale utile minimale de 5000 m<sup>2</sup>, conçu, réalisé et géré comme une seule entité* ». Le RLPi autorise donc de manière stricte les publicités et les préenseignes dans ce site hors agglomération. Cela permet également d'appliquer les mêmes prescriptions réglementaires spécifiques aux enseignes que dans les autres zones commerciales du territoire, qui sont toutes implantées en agglomération. Il est à noter que la zone commerciale « Les Voiles 2 », située au Nord de la précédente, n'est pas comprise dans la zone de publicité du RLPi car l'ensemble de la zone comprend moins de 20 magasins. Les dispositions nationales et les dispositions générales du RLPi s'appliquent sur cette seconde zone commerciale hors agglomération.

**7) La zone d'entrée de ville et d'axe structurant** est une zone importante puisqu'on y retrouve une grande majorité des dispositifs du territoire. Cette zone est délimitée de part et d'autre des principaux axes routiers du territoire, notamment les routes départementales les plus fréquentées. Les prescriptions réglementaires permettent d'encadrer l'implantation des dispositifs en entrée d'agglomération et dans les secteurs où la densité des dispositifs est la plus importante.

Les communes concernées par la zone d'entrée de ville et d'axe structurant sont: Colleville, Epreville, Fécamp, Sainte-Hélène-Bondeville, Saint-Léonard, Toussaint, Valmont et Ypreville-Biville.

**8) La zone agglomérée** est une zone de publicité qui regroupe les agglomérations peu impactées, voire même pas impactées, par les dispositifs publicitaires. Dans cette zone de publicité, seules les dispositions générales du RLPi s'appliqueront

#### **2.4. Etat des lieux des dispositifs publicitaires**

Les résultats du recensement des dispositifs publicitaires ont été traités selon deux approches : une approche **quantitative** et une approche **qualitative**.

L'approche **quantitative** a pour objectif de faire un constat exhaustif sur certains éléments constitutifs du parc publicitaire identifiés en amont. Cette démarche concerne les publicités et les préenseignes, à l'exception des dispositifs temporaires.

Sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, 492 dispositifs publicitaires ont été recensés en 2021. Il s'agit de publicités et préenseignes, y compris dérogatoires. Les dispositifs temporaires, qui n'ont pas vocation à rester sur le terrain, n'ont pas fait l'objet du recensement réalisé entre juillet et août 2021.

Les dispositifs affichant de l'information locale et situés hors zone d'agglomération n'ont pas non plus été recensés, puisqu'ils ne pourront pas accueillir de la publicité, en application du code de l'environnement.

L'ensemble des dispositifs sont majoritairement situés le long d'axe majeur, à proximité des zones d'activités et des centres bourgs. 39% des dispositifs sont localisés sur la commune de Fécamp (plus de 10 000 Habitants). Les communes de Saint-Léonard, Epreville et Les Loges sont des communes de moins de 10 000 Habitants qui concentrent le plus de dispositifs publicitaires. Ces deux communes sont traversées par une des principales routes départementales (Axe Le Havre-Fécamp). Sur l'ensemble des dispositifs publicitaires présent sur le territoire 428 de ceux-ci sont non conformes par rapport au RNP, soit **87%** des dispositifs recensés ; dont 40% localisés sur la commune de Fécamp.

Le RLP de la ville de Fécamp devenu caduque autorisait, sous condition, les dispositifs publicitaires dans le périmètre de Site Patrimonial Remarquable (SPR). Le SPR est un secteur d'interdiction relative où les dispositifs sont interdits sauf application d'un RLP encadrant strictement leur implantation. Dans les 32 autres communes de l'Agglomération de Fécamp Caux Littoral de nombreux dispositifs sont non conformes au RNP car ils sont situés en dehors des zones d'agglomération, d'autres dispositifs sont scellés au sol ce qui n'est pas autorisé pour les communes de moins de 10 000 Habitants.

De nombreuses préenseignes situées le long des principaux axes routiers pour des activités telles que garages, restaurants...ou des dispositifs dérogatoires datant avant le 13 juillet 2015 sont non conformes au RNP ; 27 dispositifs sont situés dans un secteur d'interdiction absolue.

Sur le territoire de Fécamp Caux Littoral 17 dispositifs dérogatoires soit 3.4% de la globalité sont recensés en dehors des zones d'agglomération des 33 communes dont 3 ne sont pas conformes (2 sont fixées sur un poteau électrique et une en secteur d'interdiction absolue).

	Posé au sol	Sur clôture	Sur mur ou pignon	Mobilier urbain	Scellé au sol	Autres implantations
Conforme	4	0	17	8	23	1
Non conforme	9	21	51	48	243	43
Non analysé	0	0	0	21	3	0

Source : AURH

L'approche **qualitative**, quant à elle, a pour objectif d'analyser l'insertion des dispositifs dans leur environnement. Des zooms sont également effectués sur certains secteurs : certaines zones d'agglomération, les zones d'activités, les secteurs à enjeux, ...

### **3. DEROULEMENT DE L'ENQUETE**

#### **3.1. Nomination**

Dans le cadre de cette enquête publique, une commission d'enquête a été nommée par décision du Tribunal Administratif de Rouen le 25/10/2023.

Les membres de cette commission d'enquête sont :

- Président de la commission d'enquête, Monsieur José LACHERAY ;
- Membre titulaire de la commission, Madame Brigitte BEAUGRARD-ROBIN ;
- Membre titulaire de la commission, Monsieur Patrick WALCZAK ;
- Membre suppléant : Madame Sylvie BONHOMME.

#### **3.2. Dossier d'enquête**

##### **3.2.1. Liste des pièces du dossier**

Le Règlement Local de Publicité intercommunal est composé obligatoirement :

- D'un Rapport de présentation.
- D'un Règlement.
- D'Annexes se constituant de documents graphiques illustrant les différents périmètres identifiés dans les deux documents énumérés ci-dessus ainsi que les zones de publicité pour lesquels des secteurs font l'objet de prescriptions spécifiques et enfin des arrêtés municipaux fixant les limites des agglomérations :
  - 1.a – Zones de publicité à l'échelle de l'Etablissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) ;
  - 1.b – zones de publicité par commune ;
  - 2.a – arrêtés municipaux de limites d'agglomération ;
  - 2.b – limites d'agglomération à l'échelle de l'EPCI.

Procédure d'élaboration du projet de RLPi :

Délibérations dans le cadre de l'élaboration du document : prescription, débats sur les orientations, modalités de concertation, bilan de concertation ;

Avis des communes ;

Avis des Personnes Publiques Associées (PPA) ;

Avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) ;

Organisation de l'enquête publique ;

Désignation de la commission d'enquête ;

Arrêté de mise à l'enquête publique ;

Avis Publicité.

### 3.2.2. Analyse du contenu du dossier

Le rapport de présentation fait un diagnostic territorial des caractéristiques générales du territoire de Fécamp Caux Littoral, en fonction de sa situation administrative et géographique, du contexte socio-économique par les données démographiques, en matière d'habitat, d'équipements, du secteur touristique, des offres commerciales du territoire, de déplacements et d'infrastructures ainsi que de son organisation spatiale.

Il reprend l'encadrement actuel de la publicité : secteurs d'interdiction absolue et relative, les différentes règles suivant les : publicité, enseigne et pré enseigne, la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure et enfin l'instruction et le pouvoir de police.

Il fait également un état des lieux des dispositifs publicitaires, informe des objectifs et orientation et justifie les choix retenus.

Le règlement écrit permet de délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles distinctes de densité et d'harmonisation pour les publicités et les enseignes, en fonction du contexte urbain local, des enjeux paysagers et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés.

Il comprend des prescriptions générales ou s'appliquant à certaines zones particulières (centre-ville de Fécamp, bourgs historiques, espaces naturels, périmètre Site Patrimonial Remarquable (SPR), etc...). La philosophie du règlement est d'adapter les dispositions du Règlement National de Publicité en fonction des objectifs définis par le RLPi.

#### Les documents graphiques

- 1a Représente l'ensemble du territoire concerné par la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral pour les 8 zones de publicité et les 33 communes.
- 1b Correspondent, pour chaque commune, aux 8 zones de publicité et leurs limites administratives.

Dans le cadre de la procédure d'élaboration, les documents administratifs, délibérations et avis complètent le dossier d'enquête publique.

- Délibération du Conseil communautaire, séance du 12 avril 2018, prescrivant l'élaboration du RLPi sur le périmètre de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral, approuvant les objectifs poursuivis et arrêtant les modalités de collaboration entre l'EPCI et les communes membres.
- Délibération du Conseil communautaire, séance du 17 mars 2022, prenant acte qu'un débat sur les orientations du RLPi a eu lieu au sein du Conseil communautaire.
- Délibération du Conseil communautaire, séance du 16 mars 2023, renforçant le dispositif d'information avec le public.
- Délibération du Conseil communautaire, du 13 avril 2023, tirant le bilan de la concertation et fixant le projet de RLPi.

- Par courrier en date du 24 avril 2023, les Personnes Publiques Associées et les conseils municipaux des 33 communes ont été sollicités pour avis sur ce projet.
- Un tableau reprend les avis des communes qui se sont exprimés, ainsi que la date de réception desdits documents.
- Sur les 33 communes consultées : 12 ont répondu favorablement et 1 (commune de Toussaint) y est défavorable. En l'absence de réponse, les avis des 20 autres communes sont considérées comme favorables.
- La préfecture de la Seine-Maritime émet un avis favorable assorti d'observations et de pistes d'amélioration.
- Avis favorable du Département de Seine-Maritime et de la Section Régionale de la Conchyliculture.
- Le bilan de la concertation fait mention des différents moyens d'information et de communication à destination du public, à savoir :
  - Le site internet de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral mis en activité depuis 2018 et qui comptabilise plus 85 000 visiteurs chaque année.
  - Le Mag, magazine de Fécamp Caux Littoral, distribué gratuitement initialement à 16 000 exemplaires et depuis 2017 à 22 000 exemplaires.
  - Les Cahiers de concertation envoyés dans chacune des 33 communes de l'agglomération et mis à la disposition du public au siège de l'Agglomération pour y recueillir les remarques, commentaires ou observations.
  - Des réunions spécifiques ont été menées avec les professionnels de l'affichage les 23 novembre 2021 et 2 mars 2023 et une spécifique, le 23 novembre 2023, avec l'Association Paysages de France à sa demande.
  - Une réunion publique, le 28 mars 2023, au cours de laquelle une vingtaine de personnes présentes ont assisté à la présentation du projet de RLPi, posant des questions et obtenant des réponses.
  - Une annonce avait été faite sur le site internet de la Communauté d'Agglomération, sur ses pages : Facebook, Twitter et des affiches posées à son siège ainsi que dans les centres commerçants de Fécamp, Valmont et Les Loges.
- Insertions dans la presse :
  - 01 octobre 2021 – Paris-Normandie – Délibération de prescription ;
  - Février 2022 – Le Mag – information des habitants de la procédure d'élaboration du RLPi ;
  - 31 mars 2023 – Paris-Normandie – article intitulé « Vers une réglementation de la publicité » ;
  - 01 avril 2023 – Paris-Normandie – Reprise des modalités de concertation ;
- Site internet – les informations ont été complétées au fur et à mesure des études ;
- Réunion publique également relayée sur le site internet, Twitter, Facebook, LinkedIn, par voie d'affiche réalisée et distribuée dans les mairies, centre-ville et centre-bourgs du territoire et annonce dans le journal « Le Progrès de Fécamp ».
- A la lecture de ces éléments, la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral a communiqué de différentes manières afin de toucher un large public lui permettant ainsi de s'informer, de prendre connaissance du projet et de s'exprimer.

Le dossier du projet de RLPI de la Communauté d'Agglomération de Fécamp Caux Littoral est complet, il respecte sur le fond et la forme la démarche d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal. **La commission regrette le format A3 des annexes graphiques de zonage et limite d'agglomération N°1a et 1b très peu lisibles sous ce format.**

### 3.2.3. Cadre juridique de l'enquête.

Cette enquête publique est organisée par les textes en vigueur :

Du code de l'environnement rappelle que « chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes » (extrait de l'article L.581-1), puis définit des principes généraux visant à la protection du cadre de vie. C'est dans ce contexte qu'est élaboré le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

L'article R.581-72 du code de l'environnement précise que « le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. »

Pour la réalisation de ce document, l'enjeu est de concilier liberté d'affichage et protection de l'environnement et du cadre de vie. En effet, l'affichage publicitaire est associé à la liberté du commerce et de l'industrie, il est le moteur essentiel des activités économiques présentes sur le territoire. Toutefois, le RLPI doit s'établir dans le respect des objectifs qui figurent dans les dispositions législatives du Code de l'environnement : protection du cadre de vie, prévention des nuisances visuelles et réduction des consommations énergétiques.

De L'article L581-7 du code de l'environnement fixe ce principe et précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du code de la route extrait de l'article R110-2 qui définit le terme « Agglomération » : Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde)

Du Règlement National de Publicité

Du Code de l'urbanisme

Du Code du patrimoine

Du Code de la voirie routière

Code des Collectivités Territoriales

La Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral est compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), de document en tenant lieu et de carte communale depuis le 1er janvier 2015. A ce titre, elle est aussi compétente pour élaborer le RLPI.

Par délibération du Conseil Communautaire du 12 avril 2018 la Communauté d'agglomération avait prescrit :

-L'élaboration du RLPI sur le territoire.

-Approuvé les objectifs poursuivis ainsi que les modalités de la collaboration avec les communes en application de l'article L153-8 du code de l'urbanisme.

-Approuvé les modalités de concertation préalable, en application de l'article L103-2 du code de l'urbanisme.

A l'initiative de la Présidente, les modalités de collaboration avec les communes avaient, au préalable été présentées aux Maires réunis en conférence intercommunale le 14 avril 2018.

L'élaboration du RLPI se déroule en concertation avec les Personnes Publiques Associées, les professionnels de la publicité et avec les habitants du territoire Fécamp Caux Littoral.

La caducité du Règlement Local de Publicité de Fécamp était apportée par la loi Grenelle 2 de juillet 2010, soit en juillet 2020 si aucune procédure de révision n'était prescrite, soit en juillet 2022 si une révision était prescrite avant juillet 2020.

Pour les élus du territoire, il était apparu important d'élaborer un règlement Local de Publicité intercommunal permettant de contrôler la publicité dans le Site Patrimonial Remarquable de Fécamp et les communes situées dans le périmètre de l'Opération Grand Site de France « Falaises d'Etretat-côte d'Albâtre » et d'harmoniser le traitement de la publicité sur l'ensemble du territoire de Fécamp Caux Littoral, au titre de leur compétence en matière de RLPI depuis le 1er janvier 2015, lors de la création de la communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral. En cohérence avec les orientations du plan local d'urbanisme intercommunal Habitat-Déplacement et avec les différentes politiques publiques portées par la Communauté.

Le code de l'environnement interdit la publicité en dehors des agglomérations, sauf dérogations particulières (aéroports, gares, équipements sportifs de grande ampleur, ...).

Dans le cadre du RNP, deux catégories d'agglomération sont identifiées selon le seuil démographique de 10 000 habitants. Des prescriptions réglementaires différentes s'appliquent à ces deux catégories d'agglomération.

Sur le territoire de Fécamp Caux Littoral, les deux catégories d'agglomération sont présentes :

-Agglomération de plus de 10 000 habitants : Fécamp ;

-Agglomérations de moins de 10 000 habitants : les 32 autres communes de l'Agglomération.

Les agglomérations de Fécamp et de Saint-Léonard constituent une unité urbaine, selon le classement officiel de l'INSEE, de moins de 100 000 habitants, la zone de bâti étant continue et comptant au moins 2 000 habitants.

Des règles spécifiques s'appliquent aux agglomérations de moins de 10 000 habitants compris dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants et aux agglomérations de plus de 10 000 habitants compris dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Le territoire de l'agglomération de Fécamp Caux Littoral n'est pas concerné par ces deux cas de figure.

En termes de prescriptions réglementaires, il faut donc distinguer la commune de Fécamp (plus de 10 000 habitants) et les 32 autres communes (moins de 10 000 habitants chacune).



### **3.3. Arrêté d'ouverture de l'enquête publique**

Par arrêté en date du 22 novembre 2023, le Président de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral, dans le respect des dispositifs du code de l'environnement, des délibérations des autorités compétentes, des avis des conseils municipaux des communes concernées et de l'ordonnance de Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Rouen a décidé d'ouvrir une enquête publique sur les dispositifs du projet relatif à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur le territoire de la communauté d'agglomération regroupant 33 communes.

L'enquête publique s'est déroulée du lundi 18 décembre 2023 – 9h00 au vendredi 19 janvier 2024 – 17h00 soit une durée de 33 jours.

Le siège de l'enquête a été fixé au siège de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral – 825 route de Valmont à Fécamp.

### **3.4. Accès du public aux pièces du dossier**

Le dossier d'enquête ainsi que les registres d'enquête, cotés et paraphés par un des commissaires enquêteurs, ont été mis à la disposition du public, pendant les 33 jours prévus, au siège de l'enquête : Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral ainsi que dans les locaux des mairies de : Fécamp, Les Loges, Saint-Léonard, Sassetot-le-Mauconduit, Valmont, Ypreville-Biville et Yport.

Ils étaient accessibles pendant les horaires d'ouverture des lieux de dépôt des registres.

Le public pouvait également adresser ses observations et propositions par écrit au Président de la commission d'enquête au siège de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral – 825 route de Valmont 76 Fécamp - ou en les envoyant par courriel à l'adresse suivante : [rlp-fecamp@mail.registre-numerique.fr](mailto:rlp-fecamp@mail.registre-numerique.fr)

Le dossier d'enquête était consultable sur les sites internet suivants : <https://www.agglo-fecampcauxlittoral.fr/?s=rlpi> et <https://www.registre-numerique.fr/rlp-fecamp>

### 3.5. Permanences de la commission d'enquête

Jour	Date	Horaires	Commune	Lieu	Adresses
Lundi	18-déc-23	09.00-12.00	Siège Agglomération	Siège com d'Agglo salle réunions RDC	825 rte de Valmont 76400 Fécamp
Vendredi	22-déc-23	09.00-12.00	Valmont	Mairie	Place R. Grèverie 76540 VALMONT
vendredi	29-déc-23	09.00-12.00	Sassetot le Mauconduit	Mairie	2 rue de la Mairie 76540 SASSETOT-LE-MAUCONDUIT
vendredi	05-janv-24	14.00-17.00	Les Loges	Mairie bureau du Maire	31 rue L. Lecompte 76790 LES LOGES
mardi	09-janv-24	14.00-17.00	Yport	Mairie	Rue Ernest Lethuillier 76111 YPORT
samedi	13-janv-24	09.00-12.00	Ypreville-Biville	Mairie	Rte de Sorquainville 76540 YPREVILLE-BIVILLE
mardi	16-janv-24	09.00-12.00	Saint-Léonard	Mairie	1rue Victor Coviaux 76400 ST-LEONARD
vendredi	19-janv-24	14.00-17.00	Fécamp	Mairie salle des mariages	1 Pl. du Gal Leclerc 76400 FECAMP

### 3.6. Registre « papier »

Un registre d'enquête a été ouvert par commune (lieu des permanences) et mis à la disposition du public aux horaires d'ouverture des lieux concernés soit 8 registres :

Au siège de la Communauté d'Agglomération à **FECAMP**

Aux Mairies suivantes :

**FECAMP**  
**LES LOGES**  
**SAINT-LEONARD**  
**SASSETOT-LE-MAUCONDUIT**  
**VALMONT**  
**YPORT**  
**YPREVILLE-BIVILLE**

Les registres ont été paraphés par les membres de la commission d'enquête avant l'ouverture de l'enquête.

### **3.7. Registre numérique et courrier électronique**

Lors de cette enquête publique, le public a pu formuler ses observations et propositions par voie numérique :

- Sur le site internet du registre numérique : « <https://www.registre-numerique.fr/rlp-fecamp> » accessible 7j/ 7, et 24h/24, pendant toute la durée de l'enquête ;
- Par courrier électronique, à l'adresse de messagerie suivante : « [rlp-fecamp@mail.registre-numerique.fr](mailto:rlp-fecamp@mail.registre-numerique.fr) ».

### **3.8. Publicité**

L'affichage réglementaire a bien été réalisé comme vérifié lors de l'ouverture de l'enquête sur les communes concernées.

Le dossier a bien été mis en ligne par l'intermédiaire du site internet « registre numérique » ainsi que sur le site de la Communauté d'Agglomération.

Bilan des parutions dans les journaux :

#### **Parution 1 :**

1<sup>er</sup> décembre 2023 – Courrier Cauchois

02 décembre 2023 – Paris Normandie

#### **Parution 2 :**

22 décembre 2023 – Courrier Cauchois

23 décembre 2023 – Paris Normandie

### **3.9. Préparation de l'enquête.**

Pour l'organisation de l'enquête, la commission a participé à une réunion le 10 novembre dans les locaux des services techniques de Fécamp réunion à laquelle ont participé :

- Mme DEHOUCK Responsable du service Urbanisme Aménagement de La Communauté d'Agglomération de Fécamp Caux Littoral,

- les trois membres de la commission.

Ce même jour, le dossier papier nous a été remis. Dossier que nous avons reçu, auparavant, par e-mail le 27 octobre 2023. Ensuite, les modalités d'organisation de la procédure ont été définies d'un commun accord :

Siège de l'enquête : Communauté d'Agglomération de Fécamp Caux Littoral 825 route de Valmont 76400 Fécamp.

Lieux de l'enquête : sur proposition de La Métropole, 7 communes ont été retenues comme lieux d'enquête : Valmont, Sassetot le Mauconduit, Les Loges, Yport,

Ypreville-Biville, Saint-Leonard, Fécamp Mairie et au siège de la Communauté de Fécamp Caux Littoral

Ouverture de l'enquête : le Lundi 18 décembre 2023 à 9 heures.

Clôture de l'enquête : le mercredi 19 janvier 2024 à 17 heures.

### **3.10. Réunions et visite.**

Le 24 novembre 2023, à 13h30, la commission d'enquête s'était donnée rendez-vous devant les locaux du siège de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral – 825 route de Valmont à Fécamp – afin de sillonner le territoire et visualiser les différents lieux les plus importants concernés par le projet.

Ce 24 novembre 2023, de 15h. à 16h.30, une seconde rencontre a été organisée en présence de Mesdames DEHOUCK et SALE, pour la Communauté d'Agglomération et de Mesdames LEMARCHAND et SRIKAH de l'Agence d'Urbanisme Le Havre Estuaire de la Seine (AURH).

La réunion a débuté par une rapide présentation du dossier avant que les représentantes de la Communauté d'Agglomération et de l'AURH répondent aux nombreuses questions de la commission d'enquête. A la suite de cet échange, quelques documents complémentaires nous ont été envoyés par courriel, le 27 novembre 2023, qui concernaient plus précisément la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure.

## 4. BILAN DE L'ENQUETE PUBLIQUE

### 4.1. Participation du public

#### Climat du déroulement de l'enquête

Le personnel de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral s'est montré disponible et à notre écoute. La commission d'enquête a toujours été reçue dans de bonnes conditions.

### 4.2. Permanences

Lors des 8 permanences il n'y a eu aucune visite.

Au cours de la permanence en la Mairie d'Ypreville-Biville suite à un échange avec Madame le Maire, le commissaire enquêteur lui a demandé la raison de l'absence d'avis des élus, elle explique que connaissant l'opinion de ceux-ci pour en avoir discuté et ne prévoyant pas de réunion du conseil municipal, la non réponse équivaut à un avis favorable. L'absence de réponse est donc interprétée positivement.

Lors de la permanence à la Mairie de Saint Léonard. Après discussion avec la secrétaire de mairie, le commissaire enquêteur apprend que plusieurs entreprises de la zone ont reçu l'information concernant l'enquête publique et la tenue d'une permanence.

Jour	Date	Horaires	Commune	Nbre de visites	Observations
Lundi	18-déc-23	09.00-12.00	Siège Agglomération	0	0
Vendredi	22-déc-23	09.00-12.00	Valmont	0	0
Vendredi	29-déc-23	09.00-12.00	Sassetot le Mauconduit	0	0
Vendredi	05-janv-24	1400-17.00	Les Loges	0	0
Mardi	09-janv-24	14.00-17.00	Yport	0	0
Samedi	13-janv-24	09.00-12.00	Ypreville-Biville	0	0
Mardi	16-janv-24	09.00-12.00	Saint-Léonard	0	0
Vendredi	19-janv-24	14.00-17.00	Fécamp	0	0

- Lundi 18 décembre 2023 au siège de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral  
De 9h à 12h s'est tenue cette première permanence pour laquelle le public ne s'est pas déplacé.  
Aucune observation.
- Vendredi 22 décembre 2023 à la mairie de Valmont  
De 9h. à 12h. un commissaire enquêteur s'est tenu à la disposition du public dans une salle de la mairie.  
Monsieur le Maire est venu saluer le commissaire enquêteur.  
Aucune autre visite et aucune observation.
- Vendredi 29 décembre 2023 à la mairie de Sassetot-le-Mauconduit  
De 9h. à 12h. le commissaire enquêteur a reçu un très bon accueil en mairie par un adjoint puis par le maire de la commune.  
Aucune visite ni aucune observation sur le registre.
- Vendredi 05 janvier 2024 à la mairie des Loges  
Cette permanence s'est tenue de 14h à 17h. Pendant ce laps de temps, aucune visite est à signaler.
- Mardi 09 janvier 2024 à la mairie d'Yport  
De 14h à 17h, un commissaire enquêteur s'est tenu à la disposition du public. Là non plus, aucune observation n'a été formulée.
- Samedi 13 janvier 2024 à la mairie d'Ypreville-Biville  
Madame le Maire a ouvert les locaux de la mairie où le commissaire enquêteur a pu s'installer confortablement pour sa permanence de 9h à 12h.  
Dans la conversation, lui ayant demandé la raison de l'absence d'avis des élus, elle explique que connaissant l'opinion de ceux-ci pour en avoir discuté et ne prévoyant pas de réunion du conseil municipal, la non réponse équivaut à un avis favorable. L'absence de réponse est donc interprétée positivement.  
Personne ne s'est présenté.
- Mardi 16 janvier 2024 à la mairie de Saint Léonard  
Après discussion avec la secrétaire de mairie, le commissaire enquêteur apprend que plusieurs entreprises de la zone ont reçu l'information concernant l'enquête publique et la tenue d'une permanence.  
Là encore, le public était absent.
- Vendredi 19 janvier 2024 à la mairie de Fécamp  
De 14h. à 17h. les commissaires enquêteurs se sont mis à la disposition du public qui ne s'est pas déplacé.

Les 8 registres ont été récupérés le 22 janvier 2024 par Madame LACAES, Responsable Service Application du droit des sols de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral qui a adressé, par e-mail, aux membres de la commission d'enquête, copies des feuillets des 8 registres en sa possession.



## 5. LES OBSERVATIONS

### 5.1. PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

Par courrier daté du 24 avril 2023, les Personnes Publiques Associées ont été consultés afin de recueillir leur avis sur le projet de RLPi.

#### **Avis favorables sans remarques :**

- Département de Seine-Maritime ;
- Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) ;
- Comité Régional Conchyliculture ;
- 12 communes du territoire de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral :
  - Ancretteville-sur-Mer,
  - Angerville-La-Martel,
  - Contremoulins,
  - Fécamp,
  - Froberville,
  - Gerponville,
  - Limpiville,
  - Sainte-Hélène-Bondeville,
  - Saint Léonard,
  - Senneville-sur-Fécamp,
  - Thiétreville,
  - Valmont.

#### **Avis favorables assorti d'observations et de pistes d'amélioration :**

La Direction Départementale des Territoires et de la Mer préconise d'intégrer les différentes observations formulées dans son courrier du 26 juillet 2023, reçu le 02 août 2023, à savoir :

##### *A- Précision réglementaire :*

- Page 6 du Règlement : Préciser que les autorisations relatives aux enseignes sont soumises à autorisation de l'autorité compétente.

##### *B- Clarification de certains éléments :*

- Annexe 1 – Documents graphiques : Les abords des monuments historiques (périmètres de 500 m et non 100 m) ne sont pas repris sur le plan de zonage.
- Rapport de présentation :

Page 57, 3.1.1.1 Les secteurs d'interdiction absolue : compléter la liste des secteurs d'interdiction absolue par : « Les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt



*notamment au point de vue esthétique ou écologique et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols. »*

Pages 57 et 59, secteurs d'interdictions : Le territoire de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral est couvert par 5 sites classés et non 3 (page 57) et 10 sites inscrits et non 2 (page 59).

Page 60, la cartographie ne représente pas les périmètres de protection de 500m autour des monuments historiques.

Pages 63, 3.1.5 La publicité lumineuse et 98 : La publicité lumineuse est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Cette interdiction ne s'applique pas aux dispositifs éclairés par projection ou transparence. Il n'est donc pas exact d'écrire que les dispositifs lumineux sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Cette même information est reprise, page 98.

Page 63, La publicité lumineuse : La phrase « Sur toiture, les dispositifs ne doivent pas dépasser 0,5 m de hauteur » est erronée. Les 0,5 m concernent uniquement les panneaux dissimulant les fixations.

Page 70, 3.1.11. Enseignes scellées au sol : Le tableau devrait indiquer « Agglomération de moins de 10 000 habitants et hors agglomération » et « Agglomération de plus de 10 000 habitants ». Le terme « commune » est à proscrire.

De plus, la hauteur maximale autorisée des enseignes de moins d'un mètre de large est de 8 m au lieu de 2 m.

Page 89, 4.1 Approche Quantitative : Dans la liste des activités, ajouter les monuments historiques ouverts à la visite.

Page 132, 6.1.1.6. La zone d'activités et commerciale : La zone d'activités de Contremoulins est à ajouter dans le descriptif de ce secteur.

Page 133, 6.1.3. Les secteurs d'interdiction : Les secteurs d'interdiction comprennent le périmètre délimité des abords des monuments historiques, soit un périmètre de 500 m par défaut et non de 100 m autour des monuments historiques.

De plus, préciser que dans le cadre du RLP, l'ensemble des enseignes seront soumises à autorisation, quel que soit son secteur d'implantation.

- **Règlement**

Page 14, article 1.1 : Le RLPi prévoit la réintroduction des publicités et des préenseignes dans le site patrimonial remarquable de Fécamp. Si cette dérogation (L.581-8 code de l'environnement) concerne uniquement la publicité sur mobilier urbain (page 140 du Rapport de présentation), **il convient de le préciser.**

L'article indique que les publicités et les préenseignes sont interdites dans la zone d'activités et commerciale. Page 132 du Rapport de présentation, la zone commerciale « Les Voiles 1 » de Saint-Léonard a été incluse dans la zone d'activités et commerciale afin d'y introduire de la publicité.

Il convient de préciser, pour plus de clarté, si cette interdiction ne concerne pas la publicité sur mobilier urbain et d'actualiser les schémas en annexe.

Page 17, article 5.1 : Dans la zone naturelle et récréative, le règlement indique que les dispositifs publicitaires sont interdits à l'exception des préenseignes posées au sol à Fécamp. Les dispositifs lumineux sont interdits, à l'exception des dispositifs sur mobilier urbain. Le cas du mobilier urbain sera à préciser.

Page 19, article 6.5 : La zone « A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques » est redondante avec la zone listée précédemment puisque les abords des monuments historiques comprennent communément un périmètre de 500 m autour des monuments. Cette zone est à supprimer.

Page 23, article 5.2 : Pour plus de clarté, préciser que la limite du nombre d'enseignes scellées au sol s'applique à toutes les enseignes, y compris aux enseignes de moins de 1 m<sup>2</sup>.

Page 25, article 7.8 : La règle « les images des enseignes numériques pourront être fixes ». Il est préférable d'écrire « devront être fixes ».

Page 23, article 7.8 : Afin de clarifier les règles applicables aux enseignes temporaires, il paraît nécessaire d'indiquer si ces dispositifs peuvent être installés en sus des enseignes permanentes.

Page 34 et suivants, annexe 2 : Mettre en cohérence les dispositions du règlement.

P.2 – Support des dispositifs : Les dispositifs ne sont pas autorisés dans la zone d'activités et commerciale selon l'article 1.1.

P.4 – Dispositifs non lumineux : Selon l'article 2.5, dans la zone patrimoniale de Fécamp, les dispositifs ne sont autorisés que sur le mobilier urbain, dont la surface est limitée à 8 m<sup>2</sup> par l'article 6.2.

## C- Pistes d'amélioration

- *Règlement écrit*

Par zone, lister ce qui est interdit et ce qui reste autorisé.

Page 17, article 4.1 : Afin de protéger plus efficacement le cadre de vie, il aurait été intéressant de limiter la dimension des dispositifs à 8 m<sup>2</sup>, encadrement compris, afin d'éviter un cadre de 20 cm autour des affiches.

Page 24, articles E6 : Encadrer le nombre d'enseignes sur clôture autorisé pour chaque activité, afin d'éviter les successions de dispositifs sur les clôtures.

La commune de Thiétreville demande la modification des limites de l'agglomération de sa commune telle qu'énoncé dans l'arrêté municipal n°23/7 du 11 juillet 2023.

Durant l'élaboration du RLPi l'Association nationale Paysage de France et les professionnels de l'affichage ont demandé à participer à l'élaboration du document.

## **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Les observations formulées par la Direction départementale des territoires et de la mer seront prises en compte avant l'approbation du RLPi. Les pistes d'amélioration proposées seront également étudiées.**

### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la décision de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral de prendre en compte les observations de la DDTM et s'engage à étudier les pistes d'amélioration.

### **Avis défavorable**

Le conseil municipal de la commune de Toussaint, par sa séance du 30 juin 2023, a prononcé un avis défavorable.

Le 29 décembre 2023, nous avons pris contact avec Monsieur le Maire de Toussaint pour connaître les raisons de cet avis défavorable.

Il apparaît que plusieurs incompréhensions du dossier ont amené vers cet avis défavorable. Plusieurs réunions, après cet avis, ont été organisées entre les représentants de la commune de Toussaint et ceux de la communauté d'agglomération. Ces réunions ont permis de répondre aux interrogations des membres du conseil municipal.

Le 28 septembre 2023, le conseil communautaire de la communauté d'agglomération a donné un avis favorable au projet de RLPi (54 votants et 54 pour le projet de RLPi dont la commune de Toussaint).

## **5.2. DETAIL DES OBSERVATIONS**

En comprenant l'ensemble des observations faites soit par les registres, les courriers, les courriels et le site « le registre numérique » nous avons totalisé 36 observations dont 6 de la commission d'enquête.

### **Contribution N°1 :**

Une contribution a été déposée par M. Bruno LEBORGNE avec plusieurs observations :

#### Observation N°1 :

La TLPE va-elle être mise en place sur l'ensemble du territoire et qui va l'encaissée si c'est le cas ?

## **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**La Taxe Locale sur les enseignes et Publicités Extérieures (TLPE) est un impôt instauré de façon facultative par la commune ou l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) pour les entreprises qui exploitent les dispositifs publicitaires (Article L.2333-6 du Code Général des Collectivités**

Territoriales). La TLPE est versée à la commune ou à l'EPCI qui a instauré cette taxe.

Sur le territoire de Fécamp Caux Littoral, les communes de Fécamp et de Saint-Léonard ont déjà instauré la TLPE sur leur territoire communal.

L'instauration et la perception de la TLPE étant indépendante de l'application du RLPi, les communes demeurent décisionnaires dans l'instauration ou non de la TLPE.

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Observation N°2 :

Pour la publicité déjà en place, qui a le pouvoir de police ?

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

« Les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire au nom de la commune », que le territoire soit couvert par un RLP(i) ou non, en application de l'article 17 de la loi Climat et Résilience. Cette mesure est applicable depuis le 1er janvier 2024.

L'Agglomération étant compétence en matière de PLU et autres documents d'urbanisme, cette compétence sera automatiquement transférée au Président de Fécamp Caux Littoral au 1er juillet 2024, si les Maires ne s'opposent pas au transfert dans les 6 mois qui suivent l'application de la Loi Climat et Résilience, soit à partir du 1er janvier 2024.

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Observation N°3 :

La présence d'un site classé départemental donne des restrictions au niveau de la publicité, quelles sont les contraintes ?

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

Le Code de l'environnement définit des secteurs d'interdiction absolue, dont les sites classés. Dans ces secteurs, les publicités et les préenseignes sont interdites et aucune dérogation n'est autorisée dans le cadre d'un RLP(i).

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

#### Observation N°4 :

Limite agglo Ste Hélène-Bondeville annexe1 : que signifie coordonnées géographiques avec 2 colonnes différentes ?

Annexe - zone de publicité – communes zone de publicité : document non explicite.

#### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

Les coordonnées géographiques permettent de localiser de manière précise l'emplacement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération. La valeur X correspond à la coordonnée horizontale et la valeur Y correspond à la coordonnée verticale. Les coordonnées géographiques ont été déterminées sur le terrain via un outil GPS.

Le document graphique est annexé au RLPi et délimite les zones de publicité. Ce document est décliné à deux échelles : une première à l'échelle du territoire de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral et une seconde à l'échelle de chaque commune, afin de faciliter la lecture de la délimitation des zones de publicité à la parcelle.

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Toutefois, nous pouvons regretter que la taille des plans mis à disposition dans le dossier sont difficilement lisibles.

#### **Contribution N°2 :**

Une contribution a été déposée par M. Bernard HOGUET (Maire de Saint Léonard) qui a retranscrit sur le registre numérique un mail de M. Gérard DENEUVE président du tennis club, reçu par la commune de Saint Léonard avec une observation.

#### Observation N°5 :

La réglementation à venir de l'affichage dans les communes du bassin fécampois affectera-t-elle les publicités qui sont installées autour des terrains sportifs ? A St-Léonard, le football et le tennis ont ce type de petits panneaux qui permettent aux clubs concernés des rentrées de recettes pour la gestion de leurs activités.

#### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

L'article L.581-2 du Code de l'environnement définit le champ d'application de la réglementation sur la publicité extérieure : « *Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent chapitre fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, au sens précisé par décret en Conseil d'Etat. Ses dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.* »

**Ainsi, le RLPi s'appliquera aux publicités installées autour des terrains sportifs, uniquement si celles-ci sont visibles depuis une voie ouverte à la circulation. Il est à noter que ce champ d'application est déjà en vigueur, malgré l'absence de RLP(i) sur la commune de Saint-Léonard.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

**Contribution N°3 :**

Une contribution a été déposée par M. Charles-Henri DOUMERC qui a remis un courrier de M. Stéphane DOTTELONDE président de l'UPE (Union de la Publicité extérieure) contenant 15 observations.

Observation N°6 :

1. Dispositions générales

**1.1- Zonage et architecture du règlement**

Le projet de règlement prévoit d'instaurer pas moins de 8 zones de publicité. Une rationalisation du nombre de zones pourrait être privilégiée afin de simplifier le futur RLPi.

Par ailleurs, le règlement organise les dispositions réglementaires en fonction des thématiques relatives aux publicités et enseignes.

[Une organisation des dispositions particulières par zone serait préférable et améliorerait la compréhension et la lisibilité de ce projet de règlement.](#)

**Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Afin de tenir compte des spécificités locales de chaque commune, les zones agglomérées ont été réparties en 8 zones de publicité. Cela permet d'adapter les prescriptions réglementaires aux différents enjeux du territoire, variable d'une commune à l'autre (zone agglomérée traversée par un axe majeur, zone agglomérée d'une commune littorale, zone d'activités, ...). Les 8 zones de publicité seront maintenues.**

**Une réorganisation du règlement écrit par zone sera étudiée, afin de faciliter sa lecture et son application.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Cette réorganisation semble indispensable pour une bonne compréhension de l'application du RLPi sur le territoire.

En effet, un tableau synthétique reprenant plus clairement les 8 zones de publicité définies dans le règlement et le RNP en fonction des différents dispositifs, leurs règles de distance, de nombre, de dimension, etc. doit être formalisé.

Ce tableau permettra aux différents utilisateurs de disposer d'un support plus « lisible ».



### Observation N°7 :

#### **1.2- Rappel - références au code de l'environnement**

Le projet de règlement, en ses pages 7 et 8, fait référence à de nombreuses dispositions du code de l'environnement.

Ces différentes dispositions peuvent être appelées à être modifiées et à évoluer.

Aussi, nous préconisons de supprimer ces références et de s'en tenir au principe selon lequel dans le silence du RLP(i), les dispositions du règlement national de publicité (RNP) demeurent applicables.

En outre, plusieurs décrets ont été récemment publiés, à l'instar du décret n° 2023-1409 du 29 décembre 2023 portant modification de diverses dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes, aux préenseignes et aux paysages qui apporte de nombreuses modifications au code de l'environnement dans sa partie réglementaire.

#### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Les articles du Code de l'environnement cités en préambule du règlement écrit sont les principes généraux qui s'appliquent en matière de réglementation sur la publicité extérieure. La partie réglementaire du Code de l'environnement, qui précise les prescriptions réglementaires nationales, n'est pas reportée dans le préambule du règlement écrit, à l'exception d'un article. Seul l'article R.582-22 du Code de l'environnement est cité puisque celui-ci est volontairement aussi repris dans le Titre I du règlement écrit. En effet, cet article fixe des éléments qui ne peuvent pas supporter de la publicité, que la Communauté d'Agglomération ne souhaite pas remettre en cause. Il s'agit notamment des murs et des clôtures non aveugles, des installations d'éclairage public, des poteaux de télécommunication, ...**

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

### Observation N°8 :

#### **1.3- Lexique - longueur de l'unité foncière**

Le lexique appréhende la longueur de l'unité foncière de la manière suivante :

Longueur de l'unité foncière : calculée sur le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique. Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte. Lorsque l'unité foncière ne forme pas un angle droit. Le calcul se fait depuis la moitié de la longueur de l'unité foncière donnant sur l'intersection des voies.

La Cour administrative d'appel de Nancy (CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986) a jugé que, au sens des dispositions de l'article R581-25 du code

de l'environnement, « pour la détermination du nombre de dispositifs pouvant être installés, il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique ». Ainsi, lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs peuvent être cumulées entre elles.

[Aussi, il conviendra de tenir compte de cette jurisprudence dans le projet de RLPi.](#)

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**L'encadrement de la densité des dispositifs est une orientation fixée par la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral. Le calcul de la longueur de l'unité foncière est défini dans le lexique du règlement écrit afin de lui donner une valeur règlementaire. Cette modalité de calcul sera maintenue dans le lexique.**

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

#### Observation N°9 :

#### **1.4- Lexique - agglomération**

Le lexique donne de l'agglomération la définition suivante :

Agglomération : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » (extrait de l'article R.110-2 du code de la route). Les agglomérations sont encadrées par les plaques règlementaires d'entrée (EB10) ou sortie (EB20). En cas d'absence de signalisation ou lorsque la localisation des panneaux EB10 et/ou EB20 ne correspond pas à la limite du bâti, c'est la réalité physique qui délimite une agglomération. Il convient de rappeler la décision de principe rendue en la matière par le Conseil d'Etat (décision du 2 mars 1990, « Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports c/ Société Publi-System », N° 68134, confirmée par un arrêt du 26 novembre 2012, N°352916), qui précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeubles bâtis rapprochés, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti.

[Nous préconisons donc de tenir compte de cette définition dans le projet de RLP.](#)

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**La définition de la notion « agglomération » sera complétée.**

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral. Il est effectivement nécessaire de clarifier ce point dans le RLPi.



## Observation N°10 :

### **1.5- Considérations esthétiques des dispositifs publicitaires**

L'article P2. « Support et matériel des dispositifs » prévoit la disposition suivante :

Les publicités et les préenseignes doivent avoir un encadrement de teinte neutre et foncée.

L'obligation d'une teinte neutre et foncée applicable à l'encadrement des dispositifs publicitaires est difficile à définir et peut se heurter à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme tel qu'appliqué par les juridictions administratives aux RLPi (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 019, N° 17PA23 182).

De plus, une telle obligation est contraire à l'identité visuelle des sociétés d'affichage, lesquelles utilisent leurs propres standards

[Pour toutes ces raisons, nous préconisons de supprimer cette obligation.](#)

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Le règlement écrit prévoit un encadrement des dispositifs publicitaires de teinte neutre et sombre, afin de garantir une bonne intégration avec le mobilier urbain présent sur l'ensemble du territoire. La Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral souhaite maintenir une harmonie entre les différents dispositifs présents sur le territoire.**

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

L'harmonisation des teintes des encadrements des dispositifs est justifiée pour donner une unité au territoire.

Toutefois il serait intéressant de connaître les teintes de façon précise et non en des termes tels que « neutre et foncé » beaucoup trop vagues afin d'éviter toutes interprétations.

## Observation N°11 :

### **2. Dispositions particulières**

#### **2.1-Interdiction de la publicité scellée au sol dans la zone d'activités et commerciale**

Le projet de règlement vise à interdire de manière générale et absolue la publicité dans la zone d'activités et commerciale. Ces secteurs représentent un enjeu particulièrement important pour la communication extérieure. Or, là où la communication extérieure a toute légitimité, notre média y est interdit. Cette situation pénalisera fortement les annonceurs locaux dans leur communication de proximité et se reporteront vers d'autres médias non réglementés, comme les géants du Web (GAFAM).

Aussi, nous souhaitons que le règlement autorise la publicité scellée au sol dans cette zone pour l'agglomération de plus de 10 000 habitants, avec un format de 10.50 m° (8 m° d'affiche).

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble ou sur une unité foncière et relative à une activité qui s'y exerce sur la même unité foncière constitue une enseigne. La Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral a souhaité donner davantage de visibilité aux activités présentes dans les zones économiques. Ainsi, les dispositifs de publicité et de préenseigne sont interdits dans la zone d'activités et commerciale. Toutefois, les enseignes présentes sur les sites peuvent implanter un/des dispositifs de type enseigne, y compris scellée au sol, sur leur unité foncière afin de promouvoir des offres commerciales en cours.

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Le but de ce type de dispositif semble être de favoriser les commerces de la zone d'activités et commerciale, ce qui est louable.

Une telle décision est propice à une augmentation des échanges, au développement des offres de services et ainsi participe au dynamisme de la zone.

#### Observation N°12 :

### **2.2- Densité des dispositifs publicitaires**

Implantation des dispositifs publicitaires par rapport aux limites d'Agglomération.

En son article P.3 « Densité des dispositifs », le projet de règlement, prévoit que l'implantation des dispositifs publicitaires dans certaines zones ne puissent être autorisée en deçà d'une certaine distance par rapport aux limites d'Agglomération.

*3.1 Dans certaines zones de publicité, les publicités et les préenseignes doivent être implantées en respectant un retrait minimal par rapport aux limites d'agglomération, définies par des coordonnées géographiques annexées au présent règlement :*

» Dans la zone d'entrée de ville et d'axe structurant les publicités et les préenseignes doivent être implantées à 50 mètres minimum de la limite d'agglomération ;

» Dans la zone patrimoniale les publicités et les préenseignes doivent être implantés à 80 mètres minimum de la limite d'agglomération :

» Dans la zone littorale et OGS les publicités et les préenseignes doivent être implantées à 100 mètres minimum de la limite d'agglomération ;

» Dans la zone naturelle et récréative, les préenseignes doivent être implantées à 100 mètres minimum de la limite d'agglomération.

Dans un objectif de simplification réglementaire et opérationnelle et de prise en compte de la réalité « terrain », nous souhaitons porter l'ensemble des retraits minimums par rapport à la limite d'agglomération à 80 mètres.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

Toutes les zones de publicité ne sont pas concernées par la prescription relative à la densité des dispositifs en entrée de zone agglomérée. Cette prescription permet notamment de libérer les entrées de zone d'agglomération des publicités et des préenseignes et de redonner ces espaces à l'information locale (signalisation d'information locale, relais d'information et de service, ...). L'enjeu n'étant pas le même dans toutes les zones concernées, il a été convenu de différencier le recul des dispositifs publicitaires selon les caractéristiques des zones de publicité.

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

#### Observation N°13 :

### **2.3-Règle de densité dans l'Agglomération de plus de 10 000 habitants**

Le projet de règlement prévoit la règle de densité suivante applicable dans l'agglomération de plus de 10 000 habitants :

*3.3 Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur comprise entre 10 mètres linéaires et 80 mètres linéaires. Par exception, il peut être installé :*

*» deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un même mur support ;*

*» dans une agglomération de plus de 10000 habitants deux faces sur un même dispositif publicitaire scellé au sol ou posé au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires : Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaires, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première*

Eu égard à la réalité de l'urbanisme constatée dans l'agglomération de plus de 10000 habitants, la longueur minimale du linéaire fixée à 40 mètres n'est pas adaptée dans la mesure où les linéaires sont d'une taille plus réduite.

Aussi, afin de parfaire la cohérence du projet de règlement avec la réalité urbanistique, nous préconisons de porter la longueur minimale du linéaire à 30 mètres.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

L'article P3.3 prévoit deux dérogations à la prescription réglementaire générale, notamment l'installation de « *dans une agglomération de plus de 10 000 habitants, deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités*

***foncieres dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire*** ». Il est à noter que ce seuil est identique à celui inscrit dans le Code de l'environnement, dans son article R.581-25.

**Par définition, un RLPi fixe des prescriptions réglementaires plus strictes que celles du Règlement National de Publicité. Ainsi, il n'est pas possible d'assouplir la règle fixée par l'article R.581-25 du Code de l'environnement.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Cet article du code de l'environnement donne, effectivement, cette longueur de 40 mètres linéaires de l'unité foncière. Il est donc impossible de réduire ce métrage.

Observation N°14 :

**2.4-Dispositifs non lumineux**

**2.4.1-Publicité murale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants**

Le projet de règlement prévoit, en son article P.4 « Dispositifs non lumineux » de fixer la surface des publicités murales à 4 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. La réglementation nationale autorise dans ces agglomérations la publicité murale avec un format limité à 4,70 m<sup>2</sup>, conformément au décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes (JO du 1er novembre 2023).

[Aussi, nous préconisons de fixer la surface des publicités murales à 4,70 m<sup>2</sup>, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, en adéquation avec le décret du 30 octobre 2023 précité.](#)

**Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Le projet de RLPi a été arrêté en conseil communautaire avant l'entrée en application du décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023. Lors de la rédaction du règlement, celui-ci était conforme à la taille maximale autorisée par le Code de l'environnement.**

**La proposition d'ajustement, avec une surface unitaire de l'affichage et une surface hors tout du dispositif, sera soumise aux élus de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral de soumettre cette proposition aux élus.

### Observation N°15 :

#### **2.4.2-Publicité sur domaine privé dans la zone résidentielle d'une agglomération de plus de 10 000 habitants.**

Le projet de règlement prévoit de fixer, en son article P.4 précité, la surface des publicités non lumineuses sur domaine privé à 4 m<sup>2</sup> dans la zone résidentielle d'une agglomération de plus de 10 000 habitants. S'agissant d'une agglomération de plus de 10 000 habitants, la réglementation nationale y autorise la publicité de type « grand format ». En effet, le code de l'environnement opère une distinction entre les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (format limité à 4,70 m<sup>2</sup>) et les agglomérations de plus ou moins 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (10,50 m<sup>2</sup> maximum), conformément au décret précité n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des pré enseignes.

C'est pourquoi, et dans la mesure où la publicité murale est apposée sur un support préexistant et ne crée donc pas d'obstacle visuel, nous préconisons de fixer la surface des publicités murales sur domaine privé à 10,50 m<sup>2</sup> (8 m<sup>2</sup> d'affiche) dans l'Agglomération de plus de 10 000 habitants s'agissant de la zone résidentielle.

#### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Un des objectifs de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral est de réduire l'impact visuel des dispositifs publicitaires dans le paysage du territoire, notamment en réduisant leur taille. Il a été convenu de maintenir la situation actuelle dans les secteurs résidentiels de Fécamp, aujourd'hui très peu impactés par la publicité. Effectivement, ces secteurs ne génèrent pas de flux importants et la visibilité des dispositifs publicitaires est minimes. Ainsi, les publicitaires ne cherchent pas à installer de dispositifs dans ces secteurs. Afin de conforter les pratiques actuelles des professionnels de l'affichage publicitaire, la réduction de la surface des dispositifs est inscrite dans le règlement écrit et conforte le cadre de vie de ces secteurs dépourvus d'activités économiques.**

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Il n'est pas utile d'installer des dispositifs publicitaires de grande taille dans les secteurs résidentiels, justement à cause du peu d'impact de la publicité en ces lieux.

Observation N°16 :

**2.5- Dispositifs lumineux**

**2.5.1- Publicité lumineuse éclairée par projection ou par transparence**

L'article P.5 « Dispositifs lumineux et numériques » du projet de règlement tend à interdire les dispositifs lumineux dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Il convient de rappeler que la publicité lumineuse regroupe la publicité lumineuse éclairée par projection ou par transparence et la publicité numérique, stricto sensu. Toutefois, en application de l'article R581-34 du code de l'environnement : « Les dispositions des deuxième et troisième alinéas et des articles R. 581-36 à R. 581-41 ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions des articles R. 581-26 à R. 581-33 », la publicité lumineuse éclairée par projection ou par transparence suit le régime juridique de la publicité non lumineuse. Elle est donc autorisée dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Dans ces conditions, nous préconisons de ne pas interdire la publicité lumineuse éclairée par projection ou par transparence dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et de faire application du règlement national de publicité (RNP) en la matière.

**Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Dans un contexte de protection du cadre de vie et de sobriété énergétique, la Communauté d'Agglomération a souhaité réduire l'impact des dispositifs lumineux. Compte-tenu des pratiques actuelles (un seul dispositif lumineux dans les 32 communes de moins de 10 000 habitants), la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral maintient l'interdiction des dispositifs lumineux dans les zones agglomérées de moins de 10 000 habitants.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Cette décision est appropriée du fait des enjeux climatiques et énergétiques actuels.

Il est demandé à la population de réduire sa consommation énergétique dans ce cadre la communauté d'agglomération montre l'exemple.

De plus, la réglementation sur les économies d'énergie est en constante évolution.



Observation N°17 :

### **2.5.2-Horaires d'extinctions**

Le projet de règlement prévoit les horaires d'extinction suivants s'agissant de la publicité lumineuse sur domaine privé :

*5.3 Les dispositifs lumineux sont éteints entre 21h30 et 6h du dimanche au jeudi et entre 23h et 6h du vendredi au samedi, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.*

*Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou Préfectoral.*

S'agissant des publicités et des préenseignes lumineuses en vitrine, le projet de règlement fixe les horaires d'extinction de 21h30 à 06h00. Quant aux enseignes lumineuses en vitrine, le projet de règlement prévoit les modalités suivantes d'extinction :

*7,4 Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines commerciales sont éteintes entre 21h30 et 6h du dimanche au jeudi et entre 23h et 6h du vendredi au samedi. Lorsqu'une activité cesse ou commence pendant les heures d'extinction, les enseignes sont éteintes au plus tard lors de la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées lors de la reprise de cette activité.*

Les horaires d'extinction sont fixés principalement en fonction des jours de la semaine, ce qui est irréalisable dans la pratique.

Dans un objectif de simplification réglementaire, nous suggérons que les publicités et préenseignes lumineuses sur domaine privé, ainsi que les dispositifs lumineux en vitrine, soient éteints entre 23h00 et 06h00, compte tenu des besoins en communication des commerçants et des activités pouvant être organisées en soirée.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Des dérogations sont mises en place pour les enseignes, dont les horaires d'extinction sont aussi encadrés par les heures d'ouverture et de fermeture de l'activité.**

**Concernant la publicité et la préenseigne, il est demandé dans les prescriptions du règlement de respecter les horaires d'extinction de l'éclairage public. La Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral souhaite que les efforts de sobriété énergétique mis en place soient étendus aux dispositifs publicitaires visibles depuis l'espace public.**

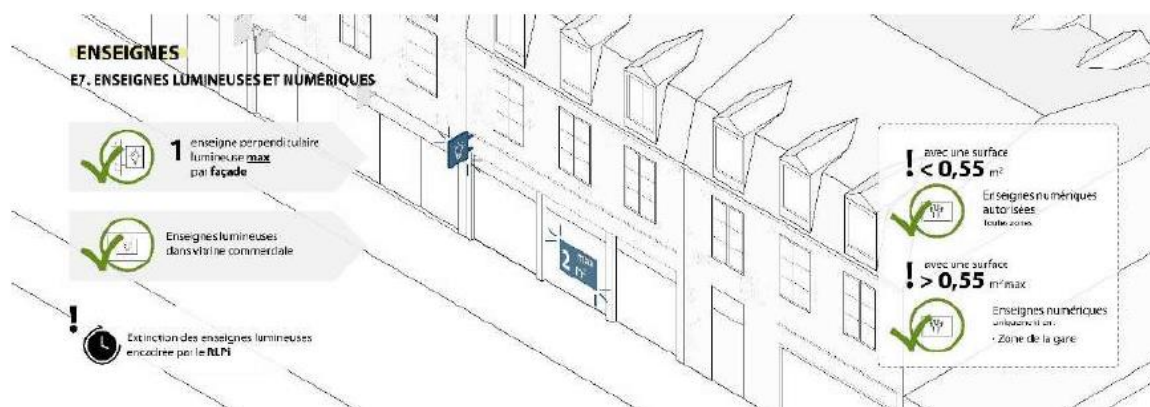
### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Si l'éclairage public est éteint, pour des raisons aussi bien économiques que de restrictions énergétiques, il est normal que les publicités et préenseignes respectent les mêmes règles. L'effort doit être consenti par tous.

### Observation N°18 :

En outre, le schéma reproduit en page 40 laisse à penser que la surface des enseignes numériques en vitrine serait limitée à 0,55 m<sup>2</sup> (hors zone gare), alors que le projet de règlement prévoit de limiter leur surface totale à 2 m<sup>2</sup> :



Ainsi, il conviendra de rappeler la limitation de la surface totale des dispositifs lumineux en vitrine à 2 m<sup>2</sup>.

### Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral

**Le schéma mentionné précise la taille maximale des enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines commerciales (limitée à 2m<sup>2</sup>) et la taille maximale des enseignes numériques (limitée à 0,55 m<sup>2</sup>). Le schéma sera précisé pour faciliter sa compréhension.**

### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Il est nécessaire effectivement d'améliorer la compréhension de ce schéma afin d'éviter toutes interprétations.



Observation N°19 :

**2.6-Bâches publicitaires**

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

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

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

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

**Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Peu de bâches publicitaires sont observées sur le territoire intercommunal de Fécamp Caux Littoral. De plus, elles ne sont autorisées par le Code de l'environnement que dans les zones agglomérées de plus de 10 000 habitants.**

**Il s'agit de dispositifs qui se détériorent plus vite, à cause notamment des matériaux utilisés et de leur vocation moins pérenne qu'un dispositif sur mur ou scellé au sol par exemple. Ainsi, la volonté politique de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral est de supprimer les quelques bâches publicitaires présentes et de n'autoriser que les préenseignes temporaires sur bâche et les publicités sur bâche de chantier, ces dernières uniquement en agglomération de plus de 10 000 habitants. En effet, ces deux types de bâches sont temporaires et n'ont pas vocation à rester. Ainsi, la dégradation des matériaux est moins importante puisque les bâches sont retirées à la fin d'un chantier ou d'une manifestation.**

**De plus, la publicité des associations à but non lucratif et d'ordre culturel n'est pas régie par la réglementation sur la publicité extérieure. De plus, les bâches sont autorisées, sous réserve d'une autorisation, si celles-ci sont temporaires, ce qui est notamment le cas pour les événements sportifs.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

## Observation N°20 :

### **2.7- Enseignes temporaires**

L'article E.8 « Enseignes temporaires » du projet de règlement dispose que :

*8.1 Les enseignes temporaires sont limitées à 1 dispositif le long d'une voie ouverte à la circulation publique et à 2 par opération ou manifestation.*

*8.2 Les enseignes temporaires doivent respecter les mêmes prescriptions que les autres enseignes.*

Il convient de noter que les enseignes temporaires ne suivent pas le même régime juridique que les enseignes permanentes (article R581-70 du code de l'environnement).

Aussi, il conviendra de bien différencier le régime juridique des enseignes temporaires (articles RS581-68 et suivants du code de l'environnement) de celui des enseignes permanentes.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Les articles R.581-68 du Code de l'environnement ne sont pas modifiés dans le règlement du RLPi et s'appliquent à tout dispositif temporaire. Le règlement écrit prévoit tout de même une quantité maximale, non encadrée par le Code de l'environnement.**

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

### **Contribution N°4**

Une contribution a été déposée par Mme Nathalie NAZIC du Syndicat National De La Publicité Extérieure (SNPE) contenant 10 observations.

Les entreprises adhérentes du Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE) ont pris connaissance avec une très grande inquiétude des dispositions du projet de règlement intercommunal de la publicité de Fécamp Caux Littoral Agglomération.

Ce RLPi ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux et conduira à terme à la disparition de notre média de l'agglomération et de l'activité économique qu'il génère.

Il est regrettable qu'aucune étude d'impact des futures dispositions qui seront adoptées sur le parc publicitaire existant n'ait été présentée afin d'éclairer les choix qui auraient été les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et d'évaluer les conséquences qui peuvent être raisonnablement attendues pour chacune des parties concernées.

Le projet de RLPi de Fécamp Caux Littoral Agglomération porte une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui n'est pas justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie.

Observation N°21 :

## **2.8- Illégalité de la définition de la longueur de l'unité foncière.**

**Longueur de l'unité foncière** : calculée sur le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique. Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte. Lorsque l'unité foncière ne forme pas un angle droit, le calcul se fait depuis la moitié de la longueur de l'unité foncière donnant sur l'intersection des voies.

Dans le cas de l'espèce d'une unité foncière en angle de deux rues, la jurisprudence administrative est venue préciser l'esprit de la règle en jugeant qu'il y lieu de tenir compte de la longueur cumulée de chacun des côtés de l'unité foncière bordant plusieurs voies ouvertes à la circulation publique.

La cour administrative d'appel de Nancy a en effet jugé (arrêt n° 16NC00986 -18 mai 2017) qu'au sens des dispositions de l'article R.581-25 du code de l'environnement :

« Une unité foncière est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision. Par ailleurs, il résulte de ces dispositions que, pour la détermination du nombre de dispositifs pouvant être installés, il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique ».

Le SNCE propose la fusion des deux définitions (longueur de l'unité foncière et définition) Une unité foncière est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision. Pour la détermination du nombre de dispositifs pouvant être installés, il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**L'encadrement de la densité des dispositifs est une orientation fixée par la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral. Le calcul de la longueur de l'unité foncière est défini dans le lexique du règlement écrit afin de lui donner une valeur réglementaire. Cette modalité de calcul sera maintenue dans le lexique.**

Analyse de la commission d'enquête :

Ce point a déjà été traité précédemment.

Observation N°22 :

## **2.9- Interdiction de la publicité dans la zone d'activité et commerciale.**

Dans la zone d'activités et commerciale, les publicités et les préenseignes sont interdites.

Cette interdiction procède non seulement d'une erreur manifeste d'appréciation mais d'une erreur de droit en ce qu'elle affecte l'activité économique de l'affichage sans prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence. Le RLPi de Fécamp Caux Littoral Agglomération est à cet égard non conforme à l'avis susmentionné du Conseil d'Etat, qui a consacré l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie

[Le SNPE propose : La réintroduction de la publicité dans les zones d'activités et commerciale des agglomérations de plus de 10 000 habitants](#) Format : 10,50 m<sup>2</sup>  
Hauteur : 6 mètres Densité : article R.581-25 du code de l'environnement.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble ou sur une unité foncière et relative à une activité qui s'y exerce sur la même unité foncière constitue une enseigne. La Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral a souhaité donner davantage de visibilité aux activités présentes dans les zones économiques. Ainsi, les dispositifs de publicité et de préenseigne sont interdits dans la zone d'activités et commerciale. Toutefois, les enseignes présentes sur les sites peuvent implanter un/des dispositifs de type enseigne, y compris scellée au sol, sur leur unité foncière afin de promouvoir des offres commerciales en cours.**

Analyse de la commission d'enquête :

Ce point a déjà été traité précédemment.

Observation N°23 :

## **2.9-Couleur de l'encadrement des dispositifs publicitaires.**

Les publicités et les préenseignes doivent avoir un encadrement de teinte neutre et foncée.

Le projet de RLPI impose que l'encadrement des dispositifs publicitaires soient de teinte neutre et foncée. La couleur de l'encadrement des dispositifs publicitaires est spécifique à chaque entreprise et permet d'en identifier la raison sociale. Imposer exclusivement cette teinte reviendrait à privilégier les opérateurs qui commercialisent déjà leur matériel dans la couleur imposée. Afin de ne pas imposer une gamme de couleur qui risquerait de privilégier un opérateur, nous vous produisons la gamme de couleur des dispositifs commercialisée par nos adhérents afin qu'elles soient prises en compte par votre règlement :

Type de dispositifs	RAL
Dispositifs traditionnels	Jaune : 1021 Gris : 7015, 7016 et 7022 Blanc : 9010
Dispositifs déroulants	Bleu : 5011 Gris : 7016 Blanc : 9010
Mobiliers urbains publicitaires	Gris : 7016

Le SNPE propose la rédaction suivante : La couleur des supports doit s'intégrer parfaitement dans l'environnement du lieu où les dispositifs sont installés et doit être sobre. Les couleurs fluorescentes sont interdites.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Le règlement écrit prévoit un encadrement des dispositifs publicitaires de teinte neutre et sombre, afin de garantir une bonne intégration avec le mobilier urbain présent sur l'ensemble du territoire. La Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral souhaite maintenir une harmonie entre les différents dispositifs présents sur le territoire.**

#### Analyse de la commission d'enquête :

Ce point a déjà été traité précédemment.

#### Observation N°24 :

### **2.10-Règles de densité.**

**3.3** Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur comprise entre 10 mètres linéaires et 80 mètres linéaires. Par exception, il peut être installé :

- 】 deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un même mur support ;
- 】 dans une agglomération de plus de 10 000 habitants, deux faces sur un même dispositif publicitaire scellé au sol ou posé au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires.

Un dispositif publicitaire scellé au sol est autorisé dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants sur les unités foncières présentant un linéaire de façade compris entre 10 mètres et 80 mètres. Toutefois, et tel qu'il est rédigé, l'article 3.3 interdit que ce dispositif soit commercialisé sur deux faces, et donc recto-verso, sur les unités foncières présentant un linéaire de façade de moins de 40 mètres. Cette disposition n'a aucun sens en termes de protection de l'environnement. L'article R.581-25 du code de l'environnement permet l'implantation de deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières présentant un linéaire de façade de plus de 40 mètres, qu'il soit commercialisé en simple face ou recto-verso. En l'espèce, le RLPI limite les unités foncières de moins de 80 mètres linéaires à un

seul dispositif publicitaire scellé au sol et restreint donc déjà sévèrement la règle de densité nationale.

Le SNPE propose La rédaction suivante : Retrait de la limitation du nombre de faces publicitaires sur un dispositif scellé au sol implanté sur les unités foncières qui présentent moins de 40 m linéaire de façade.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

L'article P3.3 prévoit deux dérogations à la prescription réglementaire générale, notamment l'installation de « *dans une agglomération de plus de 10 000 habitants, deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire* ». Il est à noter que ce seuil est identique à celui inscrit dans le Code de l'environnement, dans son article R.581-25.

Par définition, un RLPi fixe des prescriptions réglementaires plus strictes que celles du Règlement National de Publicité. Ainsi, il n'est pas possible d'assouplir la règle fixée par l'article R.581-25 du Code de l'environnement.

Analyse de la commission d'enquête :

Ce point a déjà été traité précédemment.

Observation N°25 :

**2.11-Format des publicités sur support mural dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.**

Dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, les dispositifs non lumineux ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 4 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Le Décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes a porté à 4,7 m<sup>2</sup> le format des publicités sur support mural dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, afin de respecter les formats standards de ces dispositifs.

Remplacer l'intégralité des dispositifs publicitaires pour quelques cm<sup>2</sup> de trop aurait en effet un impact très négatif en termes de développement durable : ces dispositifs ne peuvent en effet être ni recyclés ni valorisés. Ils devront être stockés et leur traitement par élimination produira des déchets par tonnes, ce qui irait à l'encontre des objectifs du Grenelle de l'environnement en termes de recyclage et de valorisation.

Le SNPE propose de : porter à 4,7m<sup>2</sup> le format des publicités sur support mural dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



## Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral

Le projet de RLPi a été arrêté en conseil communautaire avant l'entrée en application du décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023. Lors de la rédaction du règlement, celui-ci était conforme à la taille maximale autorisée par le Code de l'environnement.

La proposition d'ajustement, avec une surface unitaire de l'affichage et une surface hors tout du dispositif, sera soumise aux élus de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Analyse de la commission d'enquête :

Ce point a déjà été traité précédemment.

Observation N°26 :

### **2.12-Format des publicités dans les zones résidentielles et patrimoniales des agglomérations de plus de 10 000 habitants. Parité de traitement domaniale.**

Dans la zone résidentielle et la zone patrimoniale d'une agglomération de plus de 10 000 habitants, les dispositifs non lumineux ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 4 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Cette prescription ne s'applique pas aux publicités et préenseignes sur mobilier urbain, qui ne peuvent pas avoir une surface unitaire excédant 8 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Dans les zones résidentielles des agglomérations de plus de 10 000 habitants, la publicité sur les propriétés privées est limitée à 4m<sup>2</sup> alors que celle apposée sur mobilier urbain est autorisée jusqu'au format 8m<sup>2</sup> y compris dans la zone patrimoniale. Le projet de RLPi engendre une inégalité de traitement domaniale entre le domaine public et les propriétés privées de l'agglomération qui bénéficiera au mobilier urbain publicitaire.

Certes, au terme d'une jurisprudence constante du Conseil d'État, « Le principe d'égalité de traitement ne s'oppose pas à ce que l'autorité investie du pouvoir réglementaire règle de façon différente des situations différentes, pourvu que la différence de traitement qui en résulte soit en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit et ne soit pas manifestement disproportionnée au regard des différences de situation susceptibles de la justifier » (cf. p. ex. CE, 21 juin 2019, n° 420376).

Mais en l'espèce, l'argument qui consisterait à soutenir que des différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne saurait être recevable. En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences, l'objet publicitaire de ces mobiliers répond aux exigences imposées à tous les publicitaires.

Le SNPE propose la : Réintroduction de la publicité grand format en zones résidentielle et patrimoniale des agglomérations de plus de 10 000 habitants  
Format : 10,50 m<sup>2</sup> Hauteur : 6 mètres Densité : 1 seul dispositif publicitaire sur les unités foncières présentant un linéaire de façade de plus de 30 mètres linéaires (pas de linéaire minimum pour une publicité murale).

## Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral

Un des objectifs de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral est de réduire l'impact visuel des dispositifs publicitaires dans le paysage du territoire, notamment en réduisant leur taille. Il a été convenu de réduire fortement la taille des dispositifs dans les secteurs résidentiels de Fécamp, aujourd'hui très peu impactés par la publicité. Effectivement, ces secteurs ne génèrent pas de flux importants et la visibilité des dispositifs publicitaires est minimales. Ainsi, les publicitaires ne cherchent pas à installer de dispositifs dans ces secteurs. Afin de conforter les pratiques actuelles des professionnels de l'affichage publicitaire, la réduction de la surface des dispositifs est inscrite dans le règlement écrit et conforte le cadre de vie de ces secteurs dépourvus d'activités économiques.

Analyse de la commission d'enquête :

Ce point a déjà été traité précédemment.

Observation N°27 :

### **2.13. Format des publicités dans les zones littorale, OGS et patrimoniales des agglomérations de moins de 10 000 habitants.**

Dans la zone littorale et OGS et dans la zone patrimoniale d'une agglomération de moins de 10 000 habitants, les dispositifs non lumineux ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 2 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Le format proposé dans ces zones, encadrement compris, n'est pas un format utilisé par la profession.

Rappel des Normes standards et nationales des dispositifs publicitaires depuis 1981.

<b>Formats dits de :</b>	<b>Format de la publicité Surface utile</b>	<b>Format moulures comprises Surface hors tout</b>
2m <sup>2</sup>	1,97 m <sup>2</sup>	<b>Entre 3 m<sup>2</sup> et 3,7 m<sup>2</sup></b>
4m <sup>2</sup>	3,96 m <sup>2</sup>	<b>Entre 4,7m<sup>2</sup> et 5,3 m<sup>2</sup></b>
8m <sup>2</sup>	6,92 m <sup>2</sup>	<b>10,50 m</b>

Le SNPE suggère de : retenir une surface maximale 3,7m<sup>2</sup> (moulures comprises) en lieu et place d'une surface de 2m<sup>2</sup> qui s'entend moulures comprises.

## Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral

La proposition d'ajustement, intégrant la modification des formats des publicités dans les zones littorales, OGS et patrimoniales, sera soumise aux élus de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.



#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral de soumettre cette proposition aux élus.

Attention à bien s'assurer de la cohérence réglementaire entre les différentes communes concernées par l'OGS pouvant appartenir à plusieurs communautés de communes.

Sachant que ces dernières pourraient disposer d'un RLPi spécifique.

#### Observation N°28 :

### **2.14. Publicité lumineuse.**

#### **2.14. 1 Dispositif lumineux.**

**5.1** Les dispositifs lumineux ne sont pas autorisés à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Dans la zone patrimoniale et la zone naturelle et récréative, les dispositifs lumineux sont interdits. Cette disposition ne s'applique pas aux dispositifs sur mobilier urbain.

**5.2** Les dispositifs lumineux ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 4 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Seule la publicité lumineuse par écran numérique est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Tel qu'il est rédigé, cet article interdit non seulement les publicités éclairées par projection ou par transparence dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants où elles sont pourtant autorisées mais emporte également la limitation du format des publicités éclairées par projection ou transparence (garante d'une meilleure intégration dans le cadre urbain) à un format de 4m<sup>2</sup> dans toutes les autres zones du RLPI.

Le SNPE propose de :

- Compléter l'article 5.1 en précisant que ces dispositions ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence. 7
- Compléter l'article 5.2 en précisant que ces dispositions ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence qui suivent en termes de format le régime des publicités non lumineuses.

#### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Dans un contexte de protection du cadre de vie et de sobriété énergétique, la Communauté d'Agglomération a souhaité réduire l'impact des dispositifs lumineux. Compte-tenu des pratiques actuelles (un seul dispositif lumineux dans les 32 communes de moins de 10 000 habitants), la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral maintient l'interdiction des dispositifs lumineux dans les zones agglomérées de moins de 10 000 habitants.**

#### Analyse de la commission d'enquête :

Ce point a déjà été traité précédemment.

## Observation N°29 :

### **2.14. 2 Plage d'extinction.**

**5.3** Les dispositifs lumineux sont éteints entre 21h30 et 6h du dimanche au jeudi et entre 23h et 6h du vendredi au samedi, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.

Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Les publicités lumineuses (éclairées par projection ou transparence ou numériques) devront être éteintes entre 21h 30 et 6 h.

Ce créneau horaire est trop restrictif.

Le code de l'environnement précise que les publicités lumineuses et enseignes lumineuses doivent respecter des normes techniques fixées par arrêté ministériel (articles R. 581-34 et R.581-59). Ces normes porteront sur des seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt.

Un projet d'arrêté ministériel est en cours d'élaboration par le Ministère de la transition écologique et aura pour finalité de fixer ces différentes normes techniques à respecter en termes de luminance moyenne maximale pour toutes les publicités et enseignes lumineuses.

Ce projet d'arrêté fixera également les normes techniques propres aux publicités et enseignes numériques.

Cet arrêté répondra aux exigences de l'agglomération en matière de nuisances lumineuses sans qu'il soit besoin de restreindre inconsiderément la publicité numérique.

Il résulte des dispositions de l'article L. 581-2 du code de l'environnement qu'un RLPI a pour finalité la protection du cadre de vie.

Si ces dispositions confèrent aux autorités locales un large pouvoir de réglementation de l'affichage, qui leur permet notamment d'interdire certaines catégories de publicité en fonction des procédés ou des dispositifs utilisés, elles n'autorisent pas ces autorités à édicter, dans le cadre de leur pouvoir d'adaptation, des interdictions générales et absolues ou des restrictions qui ne seraient pas justifiées par des circonstances locales particulières. (Cf. CAA de DOUAI, 1ère chambre, 05/11/2019, 17DA02322).

[Le SNPE propose de modifier la plage horaire d'extinction : Plage d'extinction de 23h à 6h.](#)

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Des dérogations sont mises en place pour les enseignes, dont les horaires d'extinction sont aussi encadrés par les heures d'ouverture et de fermeture de l'activité.**

**Concernant la publicité et la préenseigne, il est demandé dans les prescriptions du règlement de respecter les horaires d'extinction de l'éclairage public. La Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral souhaite que**

**les efforts de sobriété énergétique mis en place soient étendus aux dispositifs publicitaires visibles depuis l'espace public.**

Analyse de la commission d'enquête :

Ce point a déjà été traité précédemment.

Observation N°30 :

### **2.15. Publicité numérique.**

Il ressort du projet de RLPI que la publicité numérique est très fortement réglementée.

Le SNPE rappelle que l'article L.581-9 du code de l'environnement soumet l'implantation de la publicité numérique au régime très strict de l'autorisation préalable délivrée par arrêté municipal au cas par cas.

La surface de ces publicités est limitée à 8m<sup>2</sup> moulures comprises et ces publicités sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Aux termes de l'article R. 581-15 du code de l'environnement, l'autorisation d'installer un dispositif de publicité lumineuse est accordée conformément aux dispositions de l'article R.418-4 du code de la route.

Aux termes de l'article R. 418-4 du code de la route « sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière ».

Cet article précise également que la demande de l'autorisation comporte l'analyse du cycle de vie du dispositif, sa visibilité depuis la voie publique la plus proche ainsi que l'indication des valeurs de luminance moyenne à ne pas dépasser telles que définies par arrêté ministériel.

Cette autorisation est accordée, compte tenu notamment du cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement.

Ces dispositions très restrictives et encadrées répondent parfaitement aux inquiétudes de l'agglomération sans qu'il soit besoin de restreindre plus que de mesure ce support publicitaire.

[Le SNPE propose de Parité de traitement entre supports publicitaires dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants](#)

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Aucun dispositif numérique n'est aujourd'hui installé sur le territoire de Fécamp, seule agglomération de plus de 10 000 habitants, en grande partie concernée par un Site Patrimonial Remarquable. La Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral souhaite maintenir cet état de fait. Toutefois, et pour ne pas totalement interdire cette possibilité, le RLPI prévoit un encadrement géographique d'une zone pouvant accueillir des dispositifs numériques.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

**5.2.1. Contribution de la commission d'enquête**

Observation N°31 :

Un premier recensement a été effectué. Il en résulte que 428 dispositifs sur l'ensemble du territoire de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral sont non conformes (87%). Si ce RLPi est adopté, il est plus restrictif que le RNP.

Un autre recensement sera-t-il effectué ?

Si c'est le cas, qui s'en occupera ?

Et comment se mettra en place l'information auprès des entreprises afin qu'elles effectuent les changements et sous quel délai ?

**Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Ce recensement a permis de faire un état des lieux des dispositifs présents sur le territoire en 2021. Il permet également à l'autorité compétente d'identifier les dispositifs non conformes, qui doivent être retirés.**

**Après application du RLPi, un délai de mise en conformité des dispositifs est fixé par le Code de l'environnement à 2 ans pour les publicités et les préenseignes, et à 6 ans pour les enseignes. Il n'est pas prévu de faire un second recensement : les dispositifs seront analysés au cas par cas.**

**Une information pourra être mise en place par la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral avec notamment une information sur le site internet.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Il sera effectivement nécessaire et utile d'assurer une communication aussi large que possible.

Observation N°32 :

Rapport de présentation : pages 62, 63, 64 etc.

Les tableaux mentionnent : « communes de moins de 10 000 habitants » ou « communes de plus de 10 000 habitants ».

S'agit-il de communes ou d'agglomérations ?

**Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Il s'agit des prescriptions règlementaires des dispositifs autorisés dans les zones agglomérées des communes de plus ou moins 10 000 habitants. Le contenu du tableau sera reformulé pour faciliter sa compréhension.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral. Il est effectivement nécessaire de clarifier ce point dans le RLPI.

Observation N°33 :

Les dispositifs temporaires, nombreux sur le territoire de Fécamp Caux Littoral, n'ont pas vocation à rester sur le territoire au-delà de 3 mois. Il est stipulé dans le rapport de présentation que l'inventaire des dispositifs temporaires (page 102) n'a pas été fait mais que de nombreux dispositifs semblent en place depuis plus longtemps.

De quelle manière allez-vous vous assurer du respect du délai temporaire et qui serait chargé de faire respecter les règles prescrites par le code de l'environnement?

**Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Le contrôle du respect du délai temporaire des dispositifs relève à ce jour des Maires, autorités compétentes depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024. Il appartiendra à chacun des Maires de définir les moyens de contrôle à consacrer à ces dispositifs temporaires.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Observation N°34 :

Lors de la phase de concertation, un affichage a été effectué dans les centres commerçants de Fécamp, Valmont, Les Loges. La Chambre de commerce et d'Industrie, La Chambre de Métiers et de l'Artisanat et la Chambre d'agriculture ont bien été impliqués dans le processus.

Y a-t-il eu une réunion spécifique avec les associations de commerçants, commerçants et artisans ; entreprises du territoire ; et l'office de tourisme qui sont des acteurs de première ligne pour l'application du RLPI ?

**Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Les commerçants ont été informés et conviés à participer à une réunion publique présentant le projet de RLPI avant son arrêt de projet. Des commerçants et des propriétaires de gîte ont d'ailleurs participé à cette réunion publique.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

### Observation N°35 :

La signalisation Locale d'information est une micro signalisation qui permet de signaler les équipements des services de proximité. La SIL relève du code de la route et n'est donc pas régie par la réglementation nationale sur la publicité extérieure.

Est-il prévu d'utiliser cet outil pour limiter le nombre de préenseignes non conformes ?

Rapport de présentation p. 118, lorsque l'on aborde la SIL (signalisation d'information locale). Sur le territoire de Fécamp Caux Littoral, chaque commune dispose de sa propre charte graphique de la SIL communale.

Il pourrait être intéressant de prévoir une charte commune pour harmoniser les dispositifs de SIL sur le territoire intercommunal comme indiqué p. 120 du rapport de présentation.

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Cette solution a été évoquée lors des réunions de travail et des échanges avec les Personnes Publiques Associées. Ne relevant pas de la réglementation sur la publicité extérieure, ce sujet est toujours en réflexion et demeure de la volonté de chaque commune. Cette question a notamment été évoquée dans le cadre de l'Opération Grand Site Falaises d'Etretat Côte d'Albâtre.**

#### Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Une harmonisation des dispositifs publicitaires est envisagée, la même harmonisation pourrait être mise en place pour la signalisation d'information locale.

### Observation N°36 :

Lors de la réunion de concertation, une observation orale et un appel téléphonique (sur le même sujet) a été faite sur la prolifération de publicité et d'enseigne autour du port de Fécamp. Un courriel a été envoyé au département qui précise que ces dispositifs sont non conformes. La réponse apportée par l'agglomération de Fécamp Caux Littoral attend la finalisation de la mise en place du RLPI et que le Préfet est compétent en matière de police de la publicité.

Au 1er janvier 2024 la police de la publicité va être transférée aux communes ou aux communautés de commune ou d'agglomération. Au vu du nombre de non-conformité constaté lors de l'état des lieux concernant les enseignes, pré enseignes, publicités sur le territoire.

Quels moyens vont être mis en place pour faire appliquer le RNP et le RLPI ?

### **Réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral**

**Chaque Maire est l'autorité compétente dans sa commune depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024 en matière de police de la publicité. Il appartient donc à chaque Maire de mettre en place les moyens et mesures qu'il estime nécessaire pour faire appliquer le RNP et le RLPI. Si la commune fait le choix de s'appuyer sur le service instructeur de la communauté d'Agglomération, ce dernier pourra venir en appui technique.**

Analyse de la commission d'enquête :

La commission d'enquête prend acte de la réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral.

Cette dernière serait dans son rôle de soutien et d'assistance auprès des maires des communes concernées.

**Bilan des observations :**

	<b>Nbre de contributions</b>	<b>Observations Nbre</b>
<b>Registre numérique dont courriel</b>	4	30
<b>Visite</b>	0	0
<b>Courrier</b>	0	0
<b>Courriel</b>	0	0
<b>Commission d'enquête</b>	1	6
<b>TOTAL</b>	5	<b>36</b>

Les conclusions motivées et l'avis de la commission d'enquête sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral sont développés dans un document distinct du présent rapport (2ème partie de ce rapport)

Le 19/02/2024

La Commission d'Enquête

José LACHERAY  
*Président.*

Brigitte BEAUGRARD-ROBIN

Patrick WALCZAK





## **6. Pièces annexées au présent rapport d'enquête**

Sont joints au présent rapport, les documents suivants :

- Procès-verbal de synthèse des observations du public en date du 26 janvier 2024.
- Mémoire en réponse de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral du 09 février 2024.

Le rapport d'enquête comprend deux parties distinctes : le rapport proprement dit (1ère partie) et les conclusions et avis de la commission d'enquête (2ème partie). Les deux parties ont une pagination propre à chaque pièce.

## **7. Pièces annexées au dossier d'enquête**

Sont annexés les documents suivants au dossier d'enquête déposé à la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral :

- Les 8 registres d'enquête mis à la disposition du public : au siège de l'enquête : Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral ainsi que dans les locaux des mairies de Fécamp, Les Loges, Saint-Léonard, Sassetot-le-Mauconduit, Valmont, Ypreville-Biville et Yport.
- Le rapport d'enquête, d'une part et les conclusions motivées et l'avis de la commission d'enquête sur le projet d'autre part.

Un exemplaire du rapport et des conclusions est adressé au Président de la Communauté d'Agglomération Fécamp Caux Littoral et, copie, au Président du Tribunal Administratif de Rouen.