

CONSEIL MUNICIPAL
SÉANCE DU 27 JUIN 2019

2/2 – AVIS DU CONSEIL MUNICIPAL SUR LE PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi) ARRETE PAR LE CONSEIL METROPOLITAIN

Chargée d'élaborer le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) et après concertation avec les communes, le conseil de la Métropole Européenne de Lille en a arrêté le projet le 5 avril dernier.

Le Règlement Local de Publicité est un document qui encadre l'affichage extérieur (publicités, enseignes et préenseignes) en adaptant la réglementation nationale fixée par le code de l'environnement à un contexte local. Cette adaptation de la réglementation nationale ne peut se faire que dans un sens plus restrictif, à l'exception de certains espaces protégés (abords des monuments historiques, sites patrimoniaux remarquables) où le règlement local peut assouplir l'interdiction de publicité.

La procédure d'élaboration du RLPi est calquée sur celle du Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) dont il constituera une annexe. Actuellement, trente communes (hors Mons en Barœul) disposent d'un Règlement Local de Publicité communal. Aux termes de l'article L. 581-14-3 du code de l'environnement, faute d'une modification ou d'une révision qui les rendrait conformes au régime des RLP "post-loi Grenelle", l'ensemble de ces règlements communaux deviendront caducs le 13 juillet 2020, entraînant un retour à l'application de la réglementation nationale.

L'entrée en vigueur du Règlement Local de Publicité intercommunal avant cette date permettra d'adapter de manière circonstanciée la réglementation nationale de l'affichage sur l'ensemble des 85 communes, membres de la Métropole lors de la prescription de l'élaboration, et d'assurer le maintien ou le transfert du pouvoir de police de l'affichage à chacun des maires.

Le conseil métropolitain de la Métropole Européenne de Lille a défini, dans le cadre de l'élaboration de ce Règlement Local de Publicité, les objectifs suivants :

- lutter contre la pollution visuelle pouvant résulter de l'affichage publicitaire et commercial,
- contribuer à réduire la facture énergétique,
- renforcer l'identité du territoire métropolitain.

Le conseil métropolitain a débattu des orientations générales du futur document lors de sa séance du 24 juin 2016 et le conseil Municipal lors de sa séance du 15 décembre 2016.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal définit trois types de zones :

- ZP1 : les zones où les règles d’implantation sont les plus restrictives, qui correspondent notamment aux lieux présentant des valeurs paysagères et architecturales fortes,
- ZP2 : les zones où les règles d’implantation sont restrictives, qui correspondent notamment aux centralités, aux zones résidentielles,
- ZP3 : les zones où les règles d’implantation sont moins restrictives (zones commerciales, zones d’activités économiques...) où les possibilités d’implantation d’affichage résultent de l’application du règlement national.

Les principales règles du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal zone par zone, sont reprises de manière synthétique dans le tableau ci-dessous :

	ZP1	ZP2	ZP3
Dispositifs muraux	Interdits	Affichage < 8m ² (<10,5m ² avec encadrement)	
Dispositifs scellés au sol	Interdits	Interdits	Affichage < 8m ² (<10,5m ² avec encadrement)
Mobilier urbain publicitaire	Admis ; sur mobilier d’information surface < 2,1m ²	Admis ; sur mobilier d’information surface < 8m ²	
Dispositifs lumineux	Interdits sauf mobilier urbain : publicité numérique < 2,1m ² avec obligation d’extinction entre 23h et 7h.	Uniquement muraux avec surface d’affichage < 2,1m ² avec obligation d’extinction entre 23h et 7h.	Surface hors tout < 8m ² (réglementation nationale) avec obligation d’extinction entre 23h et 7h.
Règles de densité	Sans objet	1 mural par mur	Selon longueur de façade

A ces trois zones principales, s’ajoutent deux types de zones : la ZP4 qui correspond aux secteurs à forte sensibilité paysagère pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui n’appartiennent pas aux unités urbaines de Lille ou de Béthune et la ZP5 qui correspond aux tissus villageois et aux agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie des unités urbaines de Lille ou de Béthune.

A Mons en Barœul, il est proposé de classer la quasi-totalité du territoire communal en ZP2, zone correspondant aux centralités et zones résidentielles, où les règles d’implantation sont restrictives. L’objectif est, tout en permettant l’activité économique, de veiller, dans un secteur central de la métropole lilloise, à réduire les nuisances et pollutions visuelles engendrées par une trop forte présence publicitaire.

De plus, poursuivant toujours ce même objectif, il a été demandé à la MEL d’intégrer une règle de densité en ZP2 concernant les dispositifs muraux afin de limiter leur nombre à un panneau par mur. Cette disposition permettra de remédier et prévenir les situations de surconcentration de panneaux dans des mêmes secteurs.

Pour compléter cette approche, il a été demandé l'inscription de certains secteurs paysagers stratégiques en ZP1, zone « d'intérêt paysager ou architectural », avec les règles d'implantation les plus restrictives. Pour des considérations patrimoniales ou d'entrée de ville, il est proposé de classer en ZP1 :

- l'entrée de ville, depuis les accès de la Voie Rapide Urbaine et depuis Lille, dans le secteur dit du « Pont du Lion d'Or »,
- les alentours du Monument aux Morts – Square du Combattant (répertoriés dans l'inventaire du patrimoine architectural et paysager (IPAP)),
- les alentours des Villas Pagnerre 200 et 202 rue du Général de Gaulle (répertoriés dans l'inventaire du patrimoine architectural et paysager (IPAP)).

Enfin, pour garantir une cohérence d'ensemble sur le territoire de la zone de La Pilaterie par une harmonie de zonage prévu par les communes de Marcq-en-Barœul, Villeneuve d'Ascq et Wasquehal, il est proposé de classer en ZP3 la zone d'activité économique de la Pilaterie (qui à Mons en Barœul correspond à l'emprise de la brasserie Heineken). La configuration foncière avec un seul propriétaire côté Mons en Barœul (la brasserie Heineken) limite considérablement le risque de prolifération publicitaire. De plus, le bon partenariat tissé avec cet acteur économique de premier rang permettra de veiller à la maîtrise de l'affichage publicitaire et à la requalification paysagère des abords du site industriel.

Les règles d'implantation des enseignes ne changent pas par rapport aux dispositions actuelles. Le RLPi introduit des restrictions en ce qui concerne le nombre et la taille pour les enseignes posées au sol ou les dispositifs lumineux.

Le projet de RLPi ainsi adopté par le conseil de la Métropole Européenne de Lille est consultable au siège de la MEL ou sur le site dédié : https://documents-rlpi.lillemetropole.fr/RLPi_consultation_administrative.html.

En application de l'article L.153-15 du code de l'urbanisme, le projet de RLPi adopté par le conseil métropolitain doit désormais être soumis pour avis aux communes intéressées de la MEL. Si un conseil municipal émet un avis défavorable sur les dispositions du règlement qui concernent directement la commune, le projet de RLPi devra a minima faire l'objet d'un nouvel arrêt au conseil métropolitain à la majorité des deux tiers des suffrages exprimés.

A l'issue de la consultation des communes et des autres personnes publiques associées, le RLPi arrêté et les avis émis dans le cadre de la consultation seront soumis à une enquête publique prévue à l'automne 2019.

Au regard du projet de RLPi ainsi présenté, il est proposé au conseil municipal d'émettre un avis favorable sur le projet de RLPi arrêté par le conseil métropolitain. Cet avis sera porté à la connaissance du public dans le cadre de l'enquête publique.