

Madame la Conseillère, chère Madame,  
Monsieur le Conseiller, cher Monsieur,

Le futur règlement publicité (RLPi) marquera fortement dans les années futures – en bien ou en mal selon les orientations qui seront prises – le visage du très vaste territoire que couvre la métropole européenne de Lille dont vous représentez les habitants.

Il aura donc un effet direct sur la qualité de vie de ces derniers.

**Il témoignera également de la volonté ou non des élus de défendre au mieux le principe sacro-saint d'égalité** et, en l'occurrence, le droit de tous les citoyens d'un même territoire à bénéficier du même respect et donc du même niveau de protection de leur environnement, quel que soit le lieu où ils habitent.

Enfin, et c'est essentiel, **il témoignera du sens des responsabilités des élus** face aux défis environnementaux majeurs d'aujourd'hui que sont notamment la lutte contre le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre le gaspillage énergétique et l'incitation au gaspillage des ressources de la planète.

Le futur RLPi sera donc un marqueur déterminant de **votre engagement au service des populations, de leur bien-être** et du rayonnement de la métropole européenne de Lille.

Il était donc de notre devoir de vous alerter sur certaines des mesures envisagées dans le projet actuel – au demeurant manifestement inspirées par un cabinet d'études qui les décline partout où il intervient – ainsi que de certaines très graves lacunes.

**La qualité de vie** des populations et leur **sécurité**, la façon de considérer l'environnement d'une manière générale ne doivent pas être décidées par d'autres. Surtout si leurs motivations peuvent aller – très exactement et sans qu'il n'y paraisse si l'on n'y prend garde – à l'inverse de **ce que vous êtes en droit d'exiger**.

Votre implication sera d'autant plus précieuse qu'au-delà de la qualité du cadre de vie des populations et de la protection de l'environnement, l'enjeu est également de **défendre un exercice apaisé de la concurrence** entre acteurs économiques et un **rééquilibrage en faveur notamment des commerces de proximité** et des centralités urbaines.

Afin de faciliter la tâche des élus, l'association Paysages de France a donc réalisé **deux documents<sup>1</sup> de portée générale** énumérant les principaux types de dispositifs et les adaptations qu'il convient notamment d'apporter à la réglementation nationale pour qu'un RLP(i) :

---

<sup>1</sup> L'un concerne les communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants, l'autre celles de plus de 10 000 habitants ou faisant partie de l'unité urbaine.

1. Puisse être considéré comme assurant un niveau acceptable de protection du cadre de vie et du paysage et permette une réappropriation de l'espace public au profit des populations et des usagers des voies publiques ;
2. Fasse que le territoire concerné n'aille pas à l'inverse des mesures à prendre dans le cadre des enjeux environnementaux majeurs que représentent la transition énergétique et la lutte contre le réchauffement climatique, mais, au contraire, apporte à cette occasion une contribution concrète et significative de la métropole européenne de Lille, ce qui est, nous en sommes convaincus, votre volonté ;
3. Permette de respecter le principe sacro-saint d'égalité entre habitants d'un même territoire ;
4. Permette d'assurer un exercice plus équilibré et « apaisé » de la concurrence entre acteurs économiques.

Vous les trouverez ci-joints.

Cependant, Paysages de France ainsi que l'association Sites & Monuments, très soucieuse également d'apporter sa contribution à la réflexion, tiennent à vous alerter tout particulièrement sur certains points absolument cruciaux. Elles vous demandent donc d'user de tout votre pouvoir de conviction pour faire évoluer le projet dans le bon sens et que soient prises les décisions que réclame notamment l'urgence écologique. Ainsi la MEL, porte de la France ouverte sur l'Europe, deviendra une capitale régionale européenne exemplaire et innovante sur ce plan.

## Interdire les écrans numériques

### Publicités numériques et publicités scellées au sol (numériques ou non)

Les effets extrêmement négatifs des écrans numériques qu'il s'agisse de publicités ou d'enseignes, nécessitent que les collectivités décident de prendre à bras le corps le problème et prennent les décisions que la protection du cadre de vie des habitants, la sécurité des usagers des voies publiques, la protection du ciel nocturne, et, tout particulièrement, les enjeux environnementaux cruciaux du moment imposent.

Dans sa version actuelle, le projet envisage d'autoriser des publicités numériques<sup>2</sup> :

- y compris et sans que cela apparaisse clairement, en dérogeant à l'interdiction de la publicité<sup>3</sup> dans les sites patrimoniaux remarquables de Lille et de Roubaix ainsi que dans les périmètres des monuments historiques ;
- y compris scellées au sol (symboles mêmes de la pollution en matière d'affichage publicitaire), de façon massive, et d'une surface de 8 m<sup>2</sup>, format maximal autorisé par le Code de l'environnement<sup>4</sup> ;

---

<sup>2</sup> Au-delà des effets, certes calamiteux, que peuvent avoir les écrans numériques (publicités ou enseignes) sur le cadre de vie et l'ambiance paysagère des lieux, tout particulièrement le soir et à certaines saisons, il convient également de prendre la pleine mesure des effets spécifiques qu'ont, sur l'environnement en général, directs (fuite en avant énergétique) et indirects (incitation à la surconsommation et au gaspillage des ressources ; mise en difficulté de personnes économiquement "fragiles"), les publicités numériques en particulier.

<sup>3</sup> Article L.581-8 du Code de l'environnement

<sup>4</sup> Le cabinet missionné par la MEL propose systématiquement dans ses « projets », de RLP(i) non seulement la même logique, contraire à ce qui devrait s'imposer eu égard aux enjeux environnementaux, sociaux et même économiques, mais va jusqu'à proposer des

- y compris et **massivement (aucune règle de densité) sur les voies publiques elles-mêmes** (publicité sur les trottoirs, autrement dit sur des lieux qui relèvent de la responsabilité directe des collectivités), et cela en maints lieux **selon une surface 4 fois plus grande que la surface maximale autorisée à Paris !**

Or cela reviendrait ni plus ni moins à aller très exactement à l'encontre de tout ce qu'il convient de faire aujourd'hui face au réchauffement climatique et dans le cadre de la transition et de l'urgence écologiques qui nécessitent à tout le moins que l'on diminue le nombre de sources lumineuses et non qu'on l'augmente. Ce serait pour les élus, donner très exactement un contre-exemple alors même qu'il leur appartient de **donner un signal fort et donc de montrer la voie aux citoyens** – en l'occurrence à leurs administrés.

La seule solution écologiquement, économiquement et socialement responsable est donc, **non pas de limiter les publicités numériques, mais bel et bien de les interdire**, ce qui est parfaitement possible dans un RLPi, contrairement aux allégations du bureau « conseil ».

### Publicités scellées au sol autres que numériques

Concernant les publicités **autres que numériques**, mais toujours éclairées voire motorisées, il convient bien évidemment d'en **réduire significativement la surface** (4m<sup>2</sup> pour les publicités murales (voir également *infra*, « Défendre le principe d'égalité ») ainsi que le nombre. Mais aussi de limiter au maximum la possibilité d'implanter des publicités scellées au sol, tout en limitant leur surface à 2 m<sup>2</sup>. Autoriser dans un RLP, aujourd'hui encore, des publicités scellées au sol de 10, 60 m<sup>2</sup> (sic), qui font partie des pires symboles de la pollution que peuvent engendrer les publicités, n'est plus acceptable.

### Enseignes

Aussi incroyable que cela puisse paraître, **vous allez devoir vous prononcer, le 5 avril, sur un projet qui fait totalement abstraction du volet enseignes**, y compris donc de la question, pourtant capitale, des enseignes numériques.

C'est la preuve, si besoin était, du rôle que joue actuellement encore le bureau « conseil » missionné par la MEL. En effet, dans la plupart des projets « accompagnés » par ce dernier, l'impasse est faite sur les enseignes, le cabinet en question se bornant à :

- Rappeler les règles nationales ;
- Estimer que ces dernières « *sont beaucoup plus restrictives* » que celles qui prévalaient antérieurement, ce qui est loin d'être aussi simple ;
- Laisser entendre, et c'est un comble, que le régime d'autorisation applicable aux enseignes permettrait au maire de « *refuser une autorisation d'enseignes*,

---

*modes de calcul de la surface des publicités proprement inacceptables dans la mesure où il est de nature à tromper sur la portée exacte des mesures envisagées, où il va à l'encontre de la définition de l'article L581-3 du Code de l'environnement, où il rend plus difficile à lire et à appliquer une réglementation déjà fort complexe, où il ne fait en définitive que relayer une demande que le lobby des afficheurs ont tenté vainement depuis des décennies d'imposer au niveau national...*

*pour des raisons esthétiques, en motivant le refus »*, affirmation qui relève purement et simplement du défaut de conseil<sup>5</sup>.

Tout débat sur les enseignes est ainsi d'emblée escamoté, alors même **que dans nombre de RLP(i) les prescriptions en matière d'enseignes représentent une part prépondérante du règlement**, l'enjeu étant en effet considérable.

De fait, **élaborer des prescriptions en matière d'enseignes est tout aussi essentiel (voire plus) qu'en matière de publicités**. **En effet, en l'absence de dispositions spécifiques dans un RLP, la réglementation applicable aux enseignes est généralement beaucoup plus permissive que celle applicable aux publicités :**

- Les enseignes numériques au sol sont autorisées dans les communes où les publicités scellées au sol sont interdites ;
- La surface maximale des enseignes numériques scellées au sol est plus grande (12 m<sup>2</sup>) que celle des publicités numériques au sol dans les communes où elles sont autorisées (8 m<sup>2</sup>) ;
- Les enseignes numériques murales peuvent, sur certains bâtiments, dépasser très largement la surface maximale autorisée par la réglementation nationale pour les publicités numériques (pourcentage de la façade commerciale au lieu de 8m<sup>2</sup> maximum) ;
- Les enseignes sur toiture peuvent être gigantesques tant en surface (60 m<sup>2</sup>) qu'en hauteur relativement à celle de certains bâtiments en particulier.
- Les enseignes temporaires ne sont pas limitées en surface et peuvent même recouvrir la totalité du ou des bâtiments où s'exerce une activité. À raison de quatre opérations dites exceptionnelles par an, de telles enseignes peuvent être installées 12 mois sur 12.

### **Défendre le principe d'égalité**

**Aucune publicité scellée au sol, ni aucune publicité numérique ne peut être autorisée** dans les 25 communes de moins de 10 000 habitants faisant partie de la MEL, mais ne faisant pas partie de l'unité urbaine de plus de 10 000 habitants.

De plus, dans ces communes, les publicités murales ne peuvent dépasser 4 m<sup>2</sup>.

**Le RLPi ne peut y définir que des règles plus restrictives.**

Ainsi, dans le pire des cas, le strict respect du principe d'égalité entre tous les habitants de la métropole devrait conduire à appliquer lesdites règles à tout le territoire.

C'est donc sur la façon de respecter ce principe ou de s'en approcher au mieux qu'il apparaît également indispensable que vous vous penchiez.

Déjà, **six maires, dont les communes comptent moins de 10 000 habitants mais font partie de l'unité urbaine** (où la réglementation nationale reste donc extrêmement laxiste), **ont demandé à faire bénéficier leur ville** et leurs administrés du régime

---

<sup>5</sup> L'absence de prescriptions spécifiques et de critères prévus dans un règlement peut devenir un véritable nid à contentieux, tout particulièrement concernant un refus relatif à une enseigne numérique.

applicable aux communes de moins de 10 000 habitants situées en dehors de l'unité urbaine.

Ces maires montrent la voie !

Nous ne doutons pas que vous partagez cette volonté de protéger au mieux votre commune d'une pollution susceptible de porter atteinte à son image et de nuire non seulement à la qualité de vie de vos administrés, mais aussi, et gravement, à l'environnement en général.

C'est pourquoi Paysages de France et Sites & Monuments vous invitent à prendre toute la mesure des enjeux et donc à **faire entendre votre voix**, notamment ce 5 avril mais également par la suite.

Bien évidemment, elles se tiennent à votre entière disposition pour tout complément d'information et échange sur cette question, comme, d'une façon plus générale, sur l'ensemble du projet de RLPi de la MEL.

Vous souhaitant bonne réception de ce message, nous vous prions d'agréer nos salutations cordiales et militantes.

Paysages de France <https://paysagesdefrance.org/>  
Sites & Monuments <https://www.speef.fr/>