



# PRÉFET DU CALVADOS

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**Direction départementale  
des territoires et de la mer**

## CDNPS du 10 mars 2025

Commission départementale de la nature, des paysages et des sites, formation publicité

Avis sur : Projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Caen la Mer

### 1. Le cadre réglementaire

Par délibération en date du 7 janvier 2021, le Conseil communautaire de Caen la Mer a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).

Le projet a été arrêté une première fois le 1<sup>er</sup> février 2024. Cependant, faisant face à l'avis négatif de deux communes, le règlement a été retravaillé et le projet a été arrêté une deuxième fois le 19 décembre 2024. Il couvre les 48 communes du territoire intercommunal, à savoir Authie, Bénouville, Biéville-Beuville, Blainville-sur-Orne, Bourguébus, Bretteville-sur-Odon, Caen, Cairon, Cambes-en-Plaine, Carpiquet, Castine-en-Plaine, Colleville-Montgomery, Colombelles, Cormelles-le-Royal, Cuverville, Démouville, Épron, Éterville, Fleury-sur-Orne, Giberville, Grentheville, Hermanville-sur-Mer, Hérouville-Saint-Clair, Iffs, Le Castelet, Le Fresne-Camilly, Lion-sur-Mer, Louvigny, Mathieu, Mondeville, Mouen, Ouistreham, Périers-sur-le-Dan, Rosel, Rots, Saint-André-sur-Orne, Saint-Aubin-d'Arquenay, Saint-Contest, Saint-Germain-la-Blanche-Herbe, Saint-Manvieu-Norrey, Sannerville, Soliers, Thaon, Thue et Mue, Tourville-sur-Odon, Troarn, Verson, Villons-les-Buissons.

Pour mémoire et à l'exception de Caen et d'Hérouville-Saint-Clair, les communes constituant Caen la Mer appartiennent aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. En revanche, ces dernières ont des règles nationales plus souples du fait de leur appartenance à l'unité urbaine de Caen qui compte plus de 100 000 habitants.

C'est à partir de ces seuils que sont déterminés les dispositifs publicitaires autorisés et leur surface.

Au niveau de Caen la Mer, neuf RLP sont devenus caducs le 13 juillet 2022 par application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 car approuvés avant 2010 (de première génération) avec un retour au RNP.

Deux RLP, dits « grenellisés » sont en vigueur jusqu'à l'approbation du RLPi : ils concernent les communes de Caen et de Louvigny.

Un RLP est dit « transitoire » car il a été approuvé postérieurement à la loi Grenelle mais antérieurement au décret d'application n°2012-118 du 30 janvier 2012 : il s'agit du RLP de Mondeville.

En application de l'article L.581-14-1 du Code de l'environnement, le RLPi est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des PLUi. Avant de faire l'objet d'une enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale est soumis pour avis à la Commission Départementale compétente en matière de Nature, de Paysages et de Sites (CDNPS) dans sa formation « publicité ».

C'est à ce titre que la Communauté Urbaine de Caen la Mer a saisi la CDNPS en formation publicité le 8 janvier 2025. Son avis serait réputé favorable s'il n'intervenait pas dans un délai de trois mois à compter de cette date.

## 2. Examen du projet

### 2.1. Les éléments constitutifs du RLPi :

Conformément à l'article R.581-72, le projet de RLPi de Caen la Mer comprend :

- un rapport de présentation qui définit, sur la base d'un diagnostic, les orientations et objectifs de l'EPCI en matière de publicité extérieure notamment de densité et d'harmonisation et explique les choix retenus ;
- une partie réglementaire qui comprend les prescriptions destinées à adapter les dispositions du Règlement National de Publicité (RNP) aux exigences et circonstances locales ;
- des annexes constituées des documents graphiques matérialisant les zones identifiées par le RLPi et des arrêtés municipaux de chaque commune membre, fixant les limites du territoire aggloméré à la date d'arrêt du projet.

### Remarques sur le rapport de présentation :

Le rapport de présentation s'appuie sur un état des lieux des dispositifs existants (recensement des dispositifs publicitaires) et sur le recensement des monuments et sites inscrits ou classés. Il rappelle les dispositions applicables et évalue le nombre de dispositifs illégaux et leur impact sur le paysage urbain au travers de quelques photos présentées dans le dossier. Également, des cartographies présentent la localisation des diverses formes de publicités présentes sur le territoire (dispositifs apposés sur le mobilier urbain, scellés au sol, sur un mur ou une clôture...). Un recensement de près de 8000 enseignes (parallèle au mur, perpendiculaire au mur, scellées au sol) a également été effectué et ces données ont été analysées au travers de tableaux et d'illustrations.

L'analyse des paysages et de la qualité du cadre de vie des différentes zones identifiées est assez succincte par rapport au travail de recensement et de diagnostic. En revanche, la justification des choix retenus est détaillée et des précisions sont utilement apportées sur la publicité et sur les enseignes.

### 2.2. Les orientations retenues

En matière de publicité extérieure, le projet de RLPi s'attache prioritairement à :

1. Promouvoir la sobriété pour répondre aux enjeux environnementaux et énergétiques.
2. Préserver les richesses paysagères de Caen la Mer et le cadre de vie des usagers (habitants, visiteurs voisins et touristes).
3. Valoriser les richesses du patrimoine bâti de Caen la Mer.
4. Améliorer la lisibilité et l'attractivité des activités notamment liées au tourisme et au commerce.

### 2.3. La partie réglementaire

Conformément à l'article R.581-74 du Code de l'environnement, le règlement du RLPi fixe des prescriptions destinées à adapter les dispositions du RNP, qui peuvent être générales à l'ensemble du territoire ou spécifiques à certaines zones qu'il identifie.

Ainsi, le projet de RLPi de Caen la Mer identifie, en agglomération, deux types de zonages :

- L'un pour la publicité, comprenant 4 zones (dont deux sous-secteurs pour la zone 1) :
  - zone ZP1a : elle couvre les secteurs résidentiels mixtes des agglomérations de plus de 10 000 habitants.
  - zone ZP1b : elle couvre les secteurs résidentiels mixtes des agglomérations de moins de 10 000 habitants.
  - zone ZP2 : elle couvre les centres commerciaux listés au Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) Caen Normandie Métropole situés en dehors de l'unité urbaine de Caen et les zones d'activités de Caen la Mer.
  - zone ZP3 : elle couvre les centres commerciaux listés au DAAC du SCoT Caen Normandie Métropole situés dans l'unité urbaine de Caen ainsi que les axes au sein de l'unité urbaine de Caen catégorisés de 2 à 3 par la BD Topo de l'IGN (c'est-à-dire avec un rayonnement régional ou départemental) sur une profondeur de 30 mètres de part et d'autre de l'axe de la voie.
  - zone ZP4 : elle couvre l'emprise de l'aéroport Caen-Carpiquet.

- L'autre pour les enseignes, comprenant 3 zones :

- zone ZE1 : elle couvre l'ensemble du territoire de Caen la Mer en dehors de la ZE2 et la ZE3.
- zone ZE2 : elle couvre les zones d'activités économiques de Caen la Mer et les centres commerciaux listés au DAAC du SCoT Caen Normandie Métropole.
- zone ZE3 : elle couvre l'emprise de l'aéroport de Caen-Carpiquet.

Il faut noter que des dispositions spécifiques sont dédiées pour les sites patrimoniaux.

#### Remarques sur le règlement :

Globalement, le règlement se montre plus restrictif que la règle nationale à la fois sur les formats mais aussi sur les règles de densité par unité foncière. Cela concerne les publicités ainsi que les enseignes (implantation, nombre et interdistance par unité foncière...).

Également, les dispositions applicables aux supports lumineux situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial proposent un calcul de surface admissible limité et précis pour sa mise en œuvre.

Les publicités ; préenseignes et enseignes lumineuses sont interdites dans et aux abords (sur une bande de 10 m) des espaces naturels suivants :

- les cours d'eau ;
- le littoral sur une bande de 10 m ;
- les Zones Natura 2000 ;
- les Zones Naturelles d'Intérêt Écologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF) de type 1 et 2 (l'interdiction ne s'applique pas aux publicités apposées sur les abris destinés au public pour les ZNIEFF de type 2) ;
- les Espaces Naturels Sensibles (ENS).

Concernant l'aéroport Caen-Carpiquet (zone correspondant à la ZP4 pour la publicité et à la ZE3 pour les enseignes), seule la réglementation nationale s'applique mais peu de problèmes avaient été relevés sur cette zone en phase diagnostic.

- Dispositions relatives aux publicités

La publicité est interdite sur :

- les toitures ou terrasses en tenant lieu ;
- les murs de pierres apparentes ;
- les végétaux (arbres, plantations, etc) ;
- les bâches de chantier.

L'extinction nocturne 22h-6h est plus ambitieuse que la règle nationale.

L'article 10 prévoit de déroger à l'article L 581-10 du Code de l'environnement pour :

- de la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain (pour une surface inférieure à 2,5m<sup>2</sup>) ;
- les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ;
- installer de la publicité lumineuse (éclairée par projection ou transparence) si elle est implantée en ZP3 dès lors qu'elle n'est pas installée en co-visibilité avec un monument historique ou sur un bâtiment remarquable identifié.

- Dispositions relatives aux enseignes

Les enseignes, y compris temporaires, sont interdites :

- sur la végétation (arbres, autres plantations) ;
- sur les poteaux de transport et de distribution électrique, sur les poteaux de télécommunication et sur les installations d'éclairage ;
- sur les équipements concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- sur les garde-corps et les barres d'appui de fenêtre, balcon, balconnet ou baie ou tout autre mode de fermeture vitrée.

Les enseignes lumineuses sont éteintes à la fermeture au public de l'établissement et ne peuvent être allumées qu'à l'ouverture au public.

Des dispositions spécifiques ont été établies pour les secteurs patrimoniaux, sont interdites :

- les enseignes sur clôture ;
- les enseignes sur toiture ou terrasse, les enseignes sur auvents ou marquises ;
- les enseignes supérieures à 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol.

### 3. Modalités de concertation

Le bilan de la concertation annexé au dossier montre que :

- de l'information numérique était à disposition du public (page internet dédiée au RLPi régulièrement mise à jour sur le site internet de Caen la Mer, informations régulièrement transmises sur les réseaux sociaux de Caen la Mer), de l'information « papier » à destination du public était disponible (articles dans la presse locale, lettres d'informations, mise en place de deux expositions publiques) ;
- la participation du public a été associée à l'élaboration du projet (mise à disposition d'un registre et d'un dossier papier au siège de la Communauté de communes et dans chaque mairie, réunions publiques du 5 juin 2023 ainsi que du 19 septembre 2023) ;
- la participation des professionnels de la publicité extérieure et des associations concernées (réunions du 5 juin 2023 et du 13 septembre 2023 ainsi qu'aux réunions dédiées aux Personnes Publiques Concernées des 5 octobre 2021 et 13 septembre 2023) ;
- des réunions de Personnes Publiques Associées se sont tenues (réunions du 12 octobre 2021 et 13 septembre 2023), deux réunions spécifiques avec l'Architecte des Bâtiments de France (le 7 mars 2023 et le 19 octobre 2023)

Le bilan de la concertation quantifie bien les différentes contributions apportées par la concertation au travers d'une synthèse chiffrée. Un paragraphe détaille ensuite les ajustements apportés sur les différents zonages, le traitement de la publicité ainsi que sur les enseignes et les supports lumineux émanant des différentes remarques/observations collectées tout au long de la concertation.

### 4. Conclusion

J'ai bien noté votre volonté de mettre en œuvre une nouvelle politique environnementale en matière de publicité extérieure pour prendre en compte l'évolution urbanistique, commerciale et démographique tout en conciliant les enjeux économiques avec la nécessité de protéger l'environnement bâti et naturel.

J'émet ainsi un avis favorable au projet de RPLi que vous m'avez soumis.

La cheffe de service

  
Estelle ROUQUET