

Prise en compte du commerce et de la revitalisation des centres-villes & centres-bourgs dans les PLUi & SCoT

Les essentiels de la matinée
du 3 décembre 2019

Une
production
du club
Hauts-de-
France

Une production locale du Club PLUi

Le Club PLUi est un réseau national qui s'adresse aux élus et techniciens des collectivités locales, ainsi qu'aux professionnels de l'aménagement impliqués dans l'élaboration de PLU intercommunaux. Il accompagne cette communauté en produisant des fiches méthodologiques et thématiques, en valorisant des retours d'expérience et en facilitant les échanges sur les modalités concrètes d'élaboration de PLUi.

Le Club PLUi s'appuie sur un réseau de 10 clubs territorialisés qui proposent, chaque année, plusieurs réunions thématiques – avec des témoignages locaux, visites de sites et ateliers de travail – à l'issue desquelles sont produits les « **Essentiels des réunions locales du Club PLUi** ».

Ce document n'a pas une ambition d'exhaustivité sur le thème de la revitalisation et du commerce, mais il propose un ensemble de témoignages, de points de vue d'experts et d'exemples locaux afin de l'appréhender dans un PLUi.



Sur le site du Club PLUi

- **Identifiez vos correspondants locaux :**
www.club-plui.logement.gouv.fr/les-clubs-territorialises-r10.html
- **Découvrez l'agenda des événements locaux du Club PLUi :**
<http://www.club-plui.logement.gouv.fr>
- **Retrouvez la foire aux questions (FAQ) juridiques et des éclairages sur les procédures :**
<http://www.club-plui.logement.gouv.fr/faq-r150.html>

Sommaire

1. Introduction.....	4
2. Portrait de l'urbanisme commercial dans le département du Pas-de-Calais.....	5
3. Grandes lignes de la loi portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique (ELAN) et ses dispositions dédiées au commerce	6
4. Comment le commerce de demain impacte-t-il la planification urbaine ?.....	7
5. Quelle intégration du commerce dans les documents d'urbanisme ?.....	9
6. Sensibilisation aux Règlements locaux de publicité intercommunaux (RPLi) et retour d'expérience	11
7. Mémento : quels apports de la loi ELAN pour le commerce ?	13

La journée organisée par le club PLUi Hauts-de-France (Club départemental Pas-de-Calais) le 3 décembre 2019 à Béthune a permis de faire se rencontrer environ 60 personnes représentantes de collectivités, services de l'Etat, partenaires en ingénierie, sur les thèmes transversaux de la revitalisation des centres-villes et centres-bourgs et du commerce dans la planification urbaine.

Les échanges qui ont eu lieu, synthétisés dans cette fiche, ont mis en évidence les liens entre aménagement du territoire et commerce. Ils fournissent un **matériau pédagogique qui peut permettre aux élus et techniciens locaux de mieux expliquer les impacts entre choix d'aménagement et impact sur le commerce.**

1. Introduction

→ Monsieur Olivier GACQUERRE, Maire de Béthune – Vice-Président de la CABBALR

L'enjeu est de répondre aux besoins des habitants tout en participant à la lutte contre l'étalement urbain. Certaines villes imposent un rythme de vie dans le territoire. Néanmoins, on est toujours plus petit qu'une autre ville.

Il y a des emplois qu'on ne peut pas pourvoir dans le centre-ville de Lille, ces emplois se alors sont déportés dans les zones périphériques. Celles-ci, avec le phénomène de désindustrialisation ont subi une perte d'emplois.

Dans les villes moyennes, il a fallu aussi se battre contre l'étalement urbain. A Béthune, 30% de la population qui vit sous le seuil de pauvreté. Les villes moyennes sont donc en concurrence avec les « villes plus inspirées. » L'écart de fiscalité entre villes va s'estomper avec la suppression de la taxe d'habitation. Cela pose la question d'un transfert de population. Quels services et quelles fonctionnalités pour l'avenir ? Quels équipements structurants vont accompagner ce transfert de population ?

Cela pose la question de la mobilité, et évidemment la question commerciale. On note 19% d'augmentation en 10 ans de la surface commerciale. Se pose avec acuité la question de la gestion des friches.

L'argent public amène les routes. Les chiffres montrent qu'il n'y pas d'effet sur l'emploi. Qui doit payer la lutte contre les friches ? Quand on ouvre un supermarché à Béthune, on en ferme deux moyens à Verquin.

Quant à la question des 330 km de réseaux d'eau potable, l'âge moyen d'un réseau est de 60 ans, l'argent a servi à l'extension des réseaux mais très peu à l'entretien.

Il faut tous unir les forces des territoires : ruralité et urbain, c'est le même combat.

Il faut faire face aux défis : décarbonner nos économies, répondre à l'urgence climatique. La France périphérique dans 10 ans pourrait-elle redevenir « l'eldorado » ?

→ Monsieur Edouard GAYET-Directeur départemental des Territoires et de la Mer adjoint (DDTM 62)

La CABARL a prescrit son PLUi le 13 novembre dernier. On compte dans le Pas-de-Calais 8 villes qui sont lauréates du Programme national Action Cœur de ville.

Le comportement des acteurs évolue très rapidement. Comment intégrer ces évolutions de comportement dans des démarches de planification d'une manière prospectiviste ?

La DDTM a pleinement investi le sujet de l'urbanisme commercial. Plus de 300 dossiers en CDAC ont été instruits par la DDTM 62.

2. Portrait de l'urbanisme commercial dans le département du Pas-de-Calais

→ Monsieur Raphaël VALENTIN, DDTM 62

L'enjeu de l'urbanisme commercial est de répartir au mieux les équipements commerciaux. Pourquoi faut-il le réguler ? Même si le développement commercial est important pour le territoire, ce développement peut également générer des nuisances (enseignes dans le paysage urbain, friches...).

Le commerce est un atout pour le territoire car il va réduire l'évasion commerciale. Les habitants doivent pouvoir consommer sur le territoire.

Cela permet de répondre à un besoin d'emplois notamment pour les personnes peu qualifiées. Cela peut entraîner un effet de populations supplémentaires en raison de l'attractivité commerciale.

Les entreprises concernées vont abonder les équipements qui leur sont nécessaires.

Sur les 10 dernières années, le nombre global d'emplois s'est accru. Le taux de chômage a légèrement baissé. On constate que cette croissance demeure mais elle s'essouffle.

Les surfaces commerciales ont progressé 5 fois plus vite que la population sur 10 ans. Cela a pour conséquence de fragiliser les commerces des villes moyennes qui ont vu leur vacance commerciale augmenter. Dans le Pas-de-Calais, ce phénomène est assez marqué. Cette vacance commerciale peut être corrélée avec la vacance des logements. On assiste à une dépoliarisation et aussi à un dépeuplement des centres-villes et des centre-bourgs.

Les habitants sont amenés à aller s'installer en périphérie et les commerces suivent ce mouvement.

Cela appelle à une action publique qui s'exprime d'abord au moyen du SCoT. En matière de commerce, le plus important ce sont les aires de chalandises. Il faut développer les relations inter-SCoT. Le PLUi traduit concrètement les intentions du SCoT.

Aujourd'hui, il y a urgence à avoir des stratégies de revitalisation des centres-villes.

Le commerce va avoir tendance à s'implanter en entrée de ville. Par ailleurs, les projets sont souvent conçus à moindre coût avec une accessibilité routière préconisée.

Certains ensembles commerciaux échappent à cette règle, en étant qualitatifs.

De plus, le secteur de la distribution est plutôt en crise. Les rendements des hypermarchés et supermarchés baissent. On constate une baisse des prix dans la grande distribution qui engendre une baisse de la rentabilité. Celle-ci a pour conséquence de favoriser la politique du hard discount.

En définitive, l'ensemble de ces phénomènes appelle à une réflexion collective de revitalisation du territoire (cf citation d'André Marcon sur l'espoir de centres-villes vivants).

3. Grandes lignes de la loi portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique (ELAN) et ses dispositions dédiées au commerce

→ Monsieur Davide NOYELLE, Service urbanisme et Aménagement, DDTM 62

Le document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC) du schéma de cohérence Territoriale (SCoT)

La Loi ENE de 2010 avait créé les ZACOM, finalement jugés trop complexes d'application. La loi ALUR avait rectifié ce dernier point.

La loi ELAN en son article 169 traite du réaménagement commercial. Il faut se reporter à l'article L141-17 du Code de l'urbanisme.

Le DAAC ne règle pas tout, le DOO va servir à définir la localisation préférentielle. Le DAAC sert à encadrer les différents types d'activités et celles qui auront un impact sur les zones repérées et reprises dans le DOO.

L'OAP du PLUi doit reprendre tous les items attendus d'un DAAC (L 151-6 du Code de l'urbanisme). Le SCoT comprend un DOO qui lui-même comprend un DAAC.

Le DAAC devient obligatoire dès la révision ou l'élaboration d'un SCoT après la loi ELAN.

Contenu obligatoire

- conditions d'implantation (polarités commerciales)
- type d'activités (contenu modernisé = 5 destinations)
- surface de vente maximale (par polarité)

Contenu complémentaire

- conditions pour maintenir et renforcer le commerce dans les centralités urbaines : accessibilité, diversité de l'offre

Il faut localiser les secteurs d'implantation périphériques ainsi que les centralités urbaines.

Il convient d'indiquer les conditions d'implantation, le secteur d'activité, et la surface de vente maximale des équipements commerciaux.

Il faut faire attention à ne pas porter atteinte au code du commerce en cadrant de manière trop stricte.

→ Monsieur Kévin DEHECQ, Service urbanisme et Aménagement, DDTM 62

Les Opérations de Revitalisation des Territoires (ORT) et CDAC – suites de la CDAC plénière

On peut faire un rapide bilan d'activité de la CDAC 2018-2019. Quels sont les impacts de la loi ELAN ? La CDAC est sollicitée pour les changements d'activité d'un commerce d'une surface de vente supérieure à 2000 m². L'activité de la CDAC est assez stable. On observe un pic d'activité en 2017 et une baisse en 2019. La Loi ELAN peut notamment expliquer pour partie cette baisse en 2019, les porteurs de projets étant dans l'attente de la loi ELAN.

On enregistre 14 recours auprès de la CNAC en 2018 : 5 avis favorables, 9 avis défavorables.

Pour les nouvelles mesures de la loi ELAN : voir le mémento en fin de compte-rendu et se référer à la présentation de la DDTM 62, disponible sur le site du Club PLUi.

Dossier de demande d'AEC : Quels sont les nouveaux critères d'AEC ?

Il faut montrer quelle est la contribution du projet à la revitalisation du tissu commercial de centre-ville et quels sont les coûts indirects supportés par la collectivité ainsi qu'établir le bilan des émissions de GES.

L'analyse d'impact est réalisée par un organisme indépendant. Elle doit décrire les effets du projet sur le commerce de centre-ville.

La composition des CADC est modifiée : les CCI sont associées à ces commissions même si elles n'ont pas le droit de vote.

Le Préfet peut solliciter les chambres consulaires pour réaliser des études d'organisation du tissu commercial.

On note une dispense d'AEC pour une implantation commerciale en périmètre ORT (Cf carte sur la présentation téléchargeable sur le site du club PLUi : les points rouges correspondent aux ORT) comprenant un centre-ville mais une autorisation est exigée à partir des seuils plus élevés : 5000 m² ou 2500m² pour l'alimentaire.

On doit s'attendre à de potentielles suspensions d'AEC dans le département du Pas-de-Calais.

Pour motiver la décision de suspension d'AEC, le préfet doit recueillir des avis et une étude d'impact doit être réalisée pour justifier cette décision.

Les Certificats de conformité à l'AEC : Les certificats sont à faire réaliser par un organisme habilité aux frais du bénéficiaire.

Il existe une obligation de démantèlement des friches commerciales, après 3 ans de cessation d'activités.

4. Comment le commerce de demain impacte-t-il la planification urbaine ?

→ **Monsieur Alain VANNEUFVILLE, directeur adjoint de l'Agence d'urbanisme de l'Artois (AULA)**

L'Agence d'urbanisme de l'Artois intervient sur le territoire de la CABB, de la CALL, de la CAHC, de la CC Ternois Com, soit sur un territoire comptant 715 000 habitants.

Situé à moins de 40 km de la métropole lilloise, ce territoire bénéficie d'une dynamique démographique contrastée. Un territoire globalement créateur d'emplois depuis 2000, enregistre néanmoins des pertes d'emplois dispersés sur le territoire aux infrastructures importantes. Il se caractérise par une urbanisation construite en accompagnement de l'activité minière mais aujourd'hui les dynamiques territoriales ont évolué.

Au sein de ce territoire, les périmètres de SCoT sont en cours de changement.

La situation réglementaire de ce territoire est la suivante : le SCOT Lens Liévin est en cours de révision. On note par ailleurs la prise de compétence PLUi par la CABBALR.

Par ailleurs, un travail sur le schéma d'aménagement commercial en cours de finalisation sur le territoire de la CABBLAR (Communauté d'Agglomération Béthune Bruay Artois Lys Romane).

Le territoire ne se structure pas autour d'une centralité mais présente des polarités multiples, sans ville centre attractive. On note des pertes de population au niveau des polarités au profit de la périphérie. La perte de population en centre-ville est très importante, cela pose problème pour les commerces en termes de clientèle. Par ailleurs, le tertiaire a vocation à être dans les centralités.

On observe une croissance du taux de vacances, de nouvelles mobilités, des circuits courts qui se mettent en place.

De plus, un nouveau contexte financier des EPCI avec des partenariats qui se créent pour utiliser moins de fonds publics.

Une enquête auprès des ménages sur la question du commerce a été réalisée à l'échelle de l'interScoT. Le commerce ne fait plus venir les habitants dans le centre-ville. C'est la génération Z qui fréquente le plus le centre-ville.

Les pratiques d'achat restent fortement liées au territoire de résidence.

Sur le territoire du pôle métropolitain de l'Artois, on recense 300 000m² commerciaux. On enregistre une croissance de 23% des m² commerciaux soit 55 000 m² commerciaux, avec un taux de vacance fort.

Il n'y a pas de corrélation entre la croissance de l'emploi, la démographie et le nombre de m² commerciaux. On crée 77m² de surface commerciale de plus 300 m² pour un nouvel habitant entre 2016 et 2018.

L'AULA a demandé à David Lestout d'intervenir lors des ateliers¹ sur le commerce par l'AULA.

Pour David Lestout, il est « *essentiel de travailler en priorité sur les facteurs qui créent de la commercialité... et pas seulement sur le commerce* ». Il existe en effet, d'après D. Lestout, quatre fonctions pour faire fonctionner un centre-ville : habitat, économique, services, fonction d'identité (attachement, point de repère, fierté...).

Les 5 marqueurs de la transformation du commerce sont : sociologique, digital, serviciel, territoriale, écologique. Ces changements de pratiques de consommation ont nécessairement une influence sur la manière dont on doit organiser l'urbanisme.

Ainsi, il faut se fixer les objectifs suivants :

- Connaître et suivre les usages et pratiques des populations
- Organiser et encadrer les territoires au regard des 4 fonctions
- Réguler les implantations commerciales en fonction des besoins du territoire
- Traduire des actions opérationnelles en articulant les 4 fonctions en cohérence avec les stratégies de développement aux échelles intercommunales
- Innover dans le commerce en particulier dans la dimension servicielle

En face de ces recommandations, on va lancer des actions, par exemple lancer des appels à projets, suivre l'usage commercial....

Ces propos peuvent être approfondis grâce au cycle de conférences sur le commerce de demain organisé par l'Agence d'urbanisme de l'Artois :
<http://www.aulartois.fr/accueil/animation-territoriale/>

¹ L'Agence d'urbanisme de l'Artois (AULA) a souhaité traiter de la problématique du commerce de demain en organisant 6 ateliers. Ces séminaires furent ouverts aux commerçants, unions commerciales, et aux conseils de développement.

5. Quelle intégration du commerce dans les documents d'urbanisme ?

La table-ronde est animée par Raphaël Valentin, DDTM62. Cette table-ronde a bénéficié des témoignages de :

- **Madame Christine TROTIGNON**, Responsable développement entreprises et territoires/ Direction régionale des entreprises et des territoires/ CCI Hauts de France
- **Madame Virginie CARON**, chargée d'études principale Economie, Tourisme, Commerce, Sport, Agence d'urbanisme du Pays de Saint-Omer Flandre Intérieure
- **Monsieur Bruno CHAPUT**, Directeur Adjoint, Département Urbanisme et Aménagement du Territoire/ville d'Arras

Raphaël Valentin : Quelle finalité est poursuivie par la ville et par l'intercommunalité en matière d'urbanisme commercial ?

Bruno Chaput : Cela remonte à de nombreuses années, les élus ont anticipé ces problématiques d'urbanisme commercial, et les ont traduits dans les documents de planification. Il existe plusieurs moyens : le PLU intègre des OAP précises (on a ciblé des secteurs à développer en priorité, des zones qui interdisent les mutations de commerce en logements ou activités tertiaires).

Le PLUI qui sera approuvé en décembre 2019 qui se traduit par un zonage centre-ville unifié qui permet de densifier dans le respect du site patrimonial. Cela se traduit par la suppression des obligations d'aire de stationnement. Cela se fait au cas par cas, le porteur de projet va justifier la création de places de stationnement ou pas, justifier de la manière dont les gens pourront accéder en voiture au projet.

La stratégie d'Arras s'inscrit dans le programme national Action cœur de ville. Par ailleurs, il y a une nécessité à prendre en compte du e-commerce. D'autres documents viennent renforcer l'attractivité pour le commerce. Le PDU prévoit le développement des modes alternatifs à la voiture particulière. Un plan guide existe aussi non officiel mais pour aider à définir les OAP notamment sur la question de l'urbanisme commercial. Ce « Plan directeur guide » est utilisé comme colonne vertébrale des orientations du PLU incitatif, souple et innovant. Des outils comme le PLH et le PDU, le RPLI permettent de réfléchir et d'agir.

La stratégie commerciale de la ville d'Arras se définit par la nécessité de garder une activité commerciale en pied d'immeuble. Le commerce « s'est rétracté », certains axes commerçants ne le sont plus désormais. Longtemps, on a observé de la vacance commerciale en raison de la nécessité de conserver une activité commerciale en rez-de-chaussée exigé par le document d'urbanisme.

Désormais avec le PLU existe la possibilité de changer la destination de ces pieds d'immeubles. La ville d'Arras contacte les propriétaires pour inverser cette tendance. La vacance diminue à Arras.

Le droit de préemption urbain existe mais la ville d'Arras a mis en place le droit de préemption commercial, ce qui permet d'avoir une veille sur ce qui se fait dans le secteur commercial, sans pour autant préserver « à tout va ».

Virginie Caron : Dans le cadre du SCOT, un observatoire commercial a été créé qui part d'une base, à l'échelle de la ville de Saint-Omer puis à l'échelle du Pays de Saint-Omer.

Cela permet d'avoir un regard assez précis sur les stratégies commerciales et sur les vacances de l'habitat. On actualise chaque année cet observatoire. Le temps de recensement est assez long donc on fonctionne avec un observatoire dynamique.

L'Agence d'urbanisme teste une nouvelle méthodologie. On a participé à des séminaires organisés par la FNAU. On souhaite partager les stratégies d'observatoire pour proposer une méthodologie nationale qui pourrait bénéficier à d'autres territoires qui n'ont pas les services d'une agence d'urbanisme.

Dans le cadre de la révision du SCoT depuis 2014 (approbation en juin 2019), une stratégie commerce à l'échelle de l'agglomération avec une charte d'urbanisme s'est mise en place.

Le SCoT n'est pas doté d'un DAAC mais les zones commerciales sont identifiées, il s'agit parfois de zones mixtes. Il n'est pas autorisé de création de nouvelles zones commerciales, on densifie donc les zones commerciales existantes. Cela se traduit dans le PADD. Dans les villes et villages, tout type de commerce est autorisé. De même, la réaffectation des zones commerciales (friches commerciales) est autorisée. On doit compter sur la solidarité des territoires voisins dans le domaine commercial.

Par ailleurs, on observe la reconversion de friches (le hard discount qui s'implante dans des espaces qui sont difficiles à maîtriser. Il convient de veiller à la requalification des espaces patrimoniaux (Saint-Omer en est largement doté).

Raphaël Valentin : Quelle est la position de la CCI sur l'urbanisme commercial ?

Cécile Trotignon : La position de la CCI a évolué, suite aux bouleversements des modèles économiques. Elle s'intéresse à la problématique constructive de réhabilitation. En tant que personne publique associée (PPA), la CCI doit donc donner son avis.

De plus, la position de la CCI s'est encore affinée avec le programme national Action Cœur de ville, programme auquel elle contribue. Il existe une Base de données à l'échelle de la région Hauts-de-France notamment à l'échelle des bassins de vie. La CCI joue un rôle auprès des commerçants et des associations de commerçants pour les aider à intégrer les mutations des comportements de consommation accélérées par le digital.

La CCI joue un rôle de contributeur. Par exemple, Valenciennes lui a confié à la gestion de l'ORT, ce qui permet de passer d'une logique de planification à une logique de projet. La question des aménagements autour des ronds-points pose problème. Aujourd'hui, le sujet n'est plus à l'implantation de zones commerciales, on constate que la création de m² commerciaux ne génère plus ou très peu d'emplois. Sur la question numérique, il faut faire monter en compétence les commerçants et artisans, ce qui pourrait recréer des flux. En effet, les consommateurs commencent à montrer une appétence pour revenir vers les boutiques, pour le contact avec les commerçants, pour tester des produits. Comment les commerçants peuvent diversifier leurs activités commerciales ?

Bruno Chaput : A Arras, on observe un retour vers les commerçants pour obtenir un conseil qui n'existe pas sur internet. Les dispositions réglementaires ont été accompagnés par des subventions pour aider au ravalement des façades commerciales ou d'habitat. Cette aide de la ville peut permettre aux commerçants d'équilibrer leur comptabilité.

Virginie Caron : On s'appuie sur des constats faits dans le cadre de l'expertise de David Lestout, des distributeurs s'implantent rapidement. Quelle complémentarité avec les autres commerces ? La cueillette en libre-service se développe en ruralité. De plus, David Lestout avait pointé la nécessité de travailler la place de l'enfant dans les centres-villes commerçants. L'aménagement du mobilier, des sanitaires peuvent être adaptés pour les enfants dans les espaces commerciaux.

Cécile Trotignon :

La question des friches est un sujet porteur.

La Loi ELAN pointe ce problème mais on pressent que le dispositif loi ELAN va être complexe à mettre en œuvre (cf travail Cerema sur les friches). Si rien n'est pas fait pour les friches commerciales, comment ferons-nous ?

Raphaël Valentin : Cela appelle à une action foncière de l'Etat, de l'EPF... Faut-il faire retourner à l'état naturel ces friches ?

Question de la salle à propos de l'intervention de la ville d'Arras : Comment mettre en place le dialogue avec les commerçants ?

Réponse de la Communauté urbaine d'Arras (présente dans la salle) :

Le travail dans le cadre du PLUi permet d'avoir des secteurs favorisant des mixités en cœur de bourg. Les commerces de périphérie qui sont utiles à la ville d'Arras.

Dans 3 secteurs de la CUA, on a la possibilité de mettre du commerce en cœur de bourg. Grâce au Scot, on oblige à développer les secteurs périphériques commerciaux pour les densifier et d'éviter la création de nouveaux secteurs commerciaux (pas de nouvelles zones commerciales).

Dans le cadre du Plan de déplacements urbains (PDU), on a le souhait de diminuer le nombre de voitures en ville. Ce Plan de Déplacements Urbains Intercommunal pour 2025-2030 est à l'enquête publique en avril-mai 2019. Il faut trouver un équilibre entre zones commerciales et le centre-ville qui répond aux besoins des habitants.

Par ailleurs, la politique de stationnement menée est destinée à garantir la rotation attractive de l'offre de places dans le cœur commerçant.

6. Sensibilisation aux Règlements locaux de publicité intercommunaux (RPLi) et retour d'expérience

→ **Monsieur Alain POITEVIN, DDTM 62, Service de l'Environnement**

Monsieur Poitevin est le référent publicité à la DDTM du Pas-de-Calais.

Il rappelle le contenu de la loi ENE du 10 juillet 2010 sur la thématique RLPI et le décret d'application de janvier 2012.

Les EPCI ayant la compétence PLU ont la possibilité d'instaurer des règlements locaux de publicité intercommunaux.

Instruction du 24 mars 2014 : elle précise les modalités d'application notamment en ce qui concerne le rôle et les missions des services déconcentrés.

Le Préfet doit informer les maires et les élus des EPCI de l'intérêt d'établir des RLP intercommunaux.

Le règlement local de publicité peut être plus restrictif que le règlement national de publicité.

Les règles de compatibilité s'imposent aux RLPi (par exemple, la Charte d'un Parc naturel régional).

L'élaboration du RLPi peut se faire conjointement avec le PLUi.

Le RLPi couvre tout le territoire de la commune ou de l'intercommunalité.

Les restrictions peuvent porter sur les règles existantes en matière de surface maximale, hauteur des dispositifs, types de dispositifs, densité, zones de publicité autorisée, obligations d'extinction.

Il n'existe aucune interdiction d'implanter des publicités dans un site classé à l'Unesco. L'intérêt de l'expérience menée dans le bassin minier est de prendre conscience qu'il fallait interdire la publicité dans les sites classés Unesco. On ne peut le faire que grâce à un règlement local de publicité.

Le règlement local de publicité n'est pas là « pour tuer le commerce », il doit aider à la signalisation, à l'information des consommateurs.

Les collectivités disposaient d'une durée de 10 ans pour réviser leur RLP, cette échéance arrive à son terme le 13 juillet 2020, ce qui implique que les RLP non révisés vont être caducs. C'est l'Etat, « du jour au lendemain » qui va reprendre la main sur la police de la publicité.

Le projet de loi relatif à l'engagement dans la vie locale vient d'être adopté par l'Assemblée nationale le 26 novembre 2019.

Si cette loi est définitivement votée avant le 13 juillet 2020, 2 années supplémentaires pourraient être accordées pour réviser les RLP.

Pour plus de détails, se référer à la [plaquette sur le RPLI](#) et au [Guide](#) sur *La réglementation de la publicité extérieure*

→ Monsieur Franck LAPLACE, Responsable du projet, Communauté d'Agglomération du Boulonnais

La Communauté d'agglomération du Boulonnais compte 22 communes (dont 17 communes dans le PNR dans lesquelles la publicité est interdite).

La démarche a été lancée début en 2012 suite à la délibération du conseil de la CAB du 16 avril 2012, alors le PLUi était en cours d'élaboration. Il a été décidé que le RLP soit extrait de la procédure PLUi, mais néanmoins réalisé en parallèle de l'élaboration du PLUi.

Il y a 3 axes dans le RPLi :

1. Inscrire le RPL intercommunal dans la cohérence des outils de planifications locale
2. Renforcer la protection du cadre de vie
3. Promouvoir une démarche d'amélioration de la publicité en faveur du tissu économique local

On peut regretter que le RLPi ne règle pas la question des abris-bus publicitaires.

Un important travail a été réalisé avec l'Agence d'urbanisme de Boulogne. Cet inventaire a permis de recenser tous les dispositifs soit 1665 dispositifs publicitaires. Il importe de savoir si ces dispositifs sont conformes à la réglementation ou pas.

Cette cartographie figure dans le RLPi, qui contient un rapport de présentation (diagnostic), un plan de zonage, et un plan de recensement des dispositifs de publicité.

Approuvé le 27 juin 2019, opposable depuis la dernière semaine de novembre 2019, ce RLPi intègre à la fois des dispositions nationales et des dispositions locales.

Les compétences en RLPi sont transférées aux maires. Chaque maire doit par conséquent le faire appliquer. Toutes les enseignes sont soumises à autorisation. Le pouvoir de police est important. C'est le service d'instruction ADS qui va instruire aussi les instructions des enseignes. Cela représente environ 200 demandes à instruire.

Question de la salle : Existe-il une convention type avec le publicitaire ?

Réponse de la DDTM : Non, tout est codifié. Il ne peut pas avoir de dérogation au RLPi ni au règlement national de publicité. C'est pourquoi les services de l'Etat demandent que soient intégrées les unions commerciales dans la phase de concertation du RLPi.

7. Mémento : quels apports de la loi ELAN pour le commerce ?

- **Création du nouvel outil : Opération de revitalisation du territoire (ORT)** vise à redynamiser en priorité les centres-villes en mettant en œuvre un projet global de territoire à travers des interventions concertées et transversales sur l'habitat, l'urbanisme, le commerce, l'économie et les politiques sociales

- **Le document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC) devient obligatoire dans le DOO du SCoT**

S'il existe un SCoT :

DAAC Obligatoire dans le DOO du SCoT avec conditions très précises d'implantation (surfaces, type d'activité...). Ajout de possibilités de définition de conditions d'implantation du commerce dans le DAAC

S'il n'existe pas de SCoT :

Les orientations relatives à l'aménagement commercial, contenant des conditions d'implantation seront dans le PLUi

- **Possibilité de déroger à certaines dispositions des PLU pour transformer des bureaux en logements**

- **La loi ELAN limite la durée de la remise en vigueur des POS suite à l'annulation d'un POS**

- **Bilan de la consommation d'espace à 10 ans à partir de la date d'arrêt du document (et non plus date d'approbation)**

Avec la Loi ELAN : c'est la première fois où les thématiques commerce et urbanisme se croisent notamment à travers l'outil ORT

- **Décret** du 17 avril 2019 relatif à la composition et au fonctionnement des commissions départementales d'aménagement commercial et aux demandes d'autorisation d'exploitation commerciale : il va falloir démontrer qu'on ne peut pas s'implanter en centre-ville ni dans des friches. (Entrée en vigueur des dispositions du décret en 2020).