



Département du Calvados



# Communauté urbaine de Caen la mer

## Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

### Bilan de la concertation

*Annexé à la délibération d'arrêt du RLPI du  
1<sup>er</sup> février 2024*



## SOMMAIRE

<b>I.</b>	<b>LE CONTEXTE DE LA CONCERTATION .....</b>	<b>3</b>
<b>II.</b>	<b>LES MODALITES DE MISE EN ŒUVRE DE LA CONCERTATION.....</b>	<b>4</b>
1.	Les objectifs de la concertation .....	4
2.	Les publics ciblés.....	4
2.1.	Le grand public .....	4
2.2.	Les professionnels de l'affichage et les associations concernées .....	5
2.3.	Les personnes publiques associées (PPA) .....	5
3.	Les outils mobilisés pour la concertation .....	5
3.1.	Pour informer et sensibiliser .....	5
3.2.	Pour s'exprimer, échanger et débattre .....	6
<b>III.</b>	<b>LE BILAN DE LA CONCERTATION.....</b>	<b>8</b>
1.	Le bilan quantitatif : La concertation en chiffre .....	8
1.1.	Les outils pour informer et sensibiliser .....	8
1.2.	Les outils pour s'exprimer, échanger, débattre et co-construire .....	8
2.	Le bilan qualitatif : Synthèse des avis émis durant la concertation et prise en compte éventuelle dans le RLPi arrêté .....	9
2.1.	Le zonage.....	9
2.2.	Les publicités et préenseignes.....	9
2.3.	Les enseignes.....	10
2.4.	Les supports lumineux.....	11
<b>IV.</b>	<b>CONCLUSION .....</b>	<b>12</b>
<b>V.</b>	<b>LISTE DES ANNEXES .....</b>	<b>13</b>
	Annexe 1 : Publications réalisées durant la concertation. ....	13
	Annexe 2 : Comptes rendus des réunions de concertation. ....	13
	Annexe 3 : Synthèse des avis émises durant la concertation.....	13

## I. LE CONTEXTE DE LA CONCERTATION

Par une délibération en date du 7 janvier 2021, le conseil communautaire de Caen la mer a prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) avec pour objectif de :

- Décliner, préciser et renforcer la réglementation nationale pour l'adapter aux caractéristiques du territoire en identifiant les espaces d'enjeux de préservation et de mise en valeur des paysages ;
- Préserver l'attractivité de la communauté urbaine par la mise en valeur de l'activité économique (et notamment touristique) en apportant une réponse adaptée aux besoins en communication extérieure des acteurs économiques tout en luttant contre la pollution visuelle résultat d'un affichage commercial facteur de dégradation du cadre de vie ;
- Harmoniser la réglementation sur l'ensemble du territoire tout en tenant compte des spécificités locales ;
- Mettre en valeur le patrimoine et les paysages urbains et naturels par la limitation de l'impact des dispositifs de publicité,
- Harmoniser le parc d'enseignes et de pré-enseignes sur le territoire communautaire ;
- Prendre en compte et encadrer les nouveaux procédés et les nouvelles technologies en matière de publicité ;
- Rechercher des économies d'énergie dans la gestion des dispositifs lumineux, ainsi que l'impact le plus faible en termes de pollution lumineuse nocturne ;
- Associer les professionnels et les citoyens à l'élaboration du RLPi.

Par mimétisme avec la procédure d'élaboration d'un PLU(i) et conformément aux obligations réglementaires des articles L. 103-2 à L. 103-6 du code de l'urbanisme, la délibération de prescription a défini les modalités de concertation applicables au RLPi.

Ces modalités de concertation ont permis à tous :

- d'accéder aux informations sur le projet,
- de formuler des observations et de poser des questions sur le projet ;
- de disposer des connaissances nécessaires pour émettre un avis éclairé.

Elle a également permis de mettre en avant la volonté de Caen la mer de disposer d'un document unique pour l'ensemble des 48 communes de son territoire.



## II. LES MODALITES DE MISE EN ŒUVRE DE LA CONCERTATION

Caen la mer a choisi d'élaborer un RLPi afin de disposer d'un document unique permettant d'encadrer la publicité extérieure sur l'ensemble de son territoire en tenant compte des différents enjeux patrimoniaux, économiques et touristiques des communes qui la composent.

Dans le cadre de cette élaboration, Caen la mer a mené un travail collaboratif à chaque étape de son projet avec l'ensemble des parties prenantes :

- Les 48 communes du territoire communautaire dans le cadre d'ateliers menés au printemps 2023 pour mener une réflexion sur la future réglementation locale et le zonage ;
- Les acteurs concernés (personnes, organismes et associations compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, etc.) ;
- Le grand public et les commerçants ;
- Les Personnes Publiques Associées (PPA).

### 1. Les objectifs de la concertation

Conformément à la procédure, la concertation s'est déroulée tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, depuis la prescription jusqu'à l'arrêt du projet, en réservant le temps nécessaire pour dresser le bilan de la concertation.

La concertation a permis :

- d'informer et d'expliquer la démarche du territoire ;
- de favoriser l'appropriation des enjeux du territoire et objectifs du territoire ;
- d'échanger, de débattre autour de ce projet.

### 2. Les publics ciblés

Afin de mener une concertation la plus ouverte et diverse possible, il a été défini de mener une concertation avec les publics suivants :

#### 2.1. *Le grand public*

La publicité extérieure (publicités, pré-enseignes et enseignes) est l'une des thématiques incontournables de la préservation et de la valorisation des paysages. La concertation a permis d'informer et de recueillir les remarques et observations de toute personne intéressée au projet, qu'il s'agisse d'habitants, de commerçants, de personne extérieure au territoire (touristes, travailleurs de passage, etc.), etc.

Le grand public a été convié à participer aux deux réunions publiques organisées le 5 juin 2023 et le 19 septembre 2023.

## 2.2. Les professionnels de l'affichage et les associations concernées

Les professionnels de l'affichage et les associations de protection de l'environnement qui demandaient à être associées ont été invitées spécifiquement à échanger sur le projet de RLPi grâce à l'organisation de réunions dédiées à ces acteurs.

L'objectif de ces réunions était de leur permettre d'échanger sur le projet et de faire part de leurs doléances afin de concilier les attentes de ces acteurs avec le projet de territoire de Caen la mer.

A minima ces acteurs ont pu participer aux 2 réunions publiques organisées le 5 juin 2023 et le 19 septembre 2023 ainsi qu'aux deux réunions dédiées aux Personnes Publiques Concernées (PPC), les 5 octobre 2021 et 13 septembre 2023.

## 2.3. Les personnes publiques associées (PPA)

Parallèlement à la concertation publique, l'intercommunalité a sollicité les Personnes Publiques Associées (PPA).

Ces instances qui sont, réglementairement, également sollicitées après l'arrêt du projet de RLPi, apportent un regard technique professionnel à la concertation.

Deux réunions dédiées à la présentation du projet se sont tenues spécifiquement avec les PPA, les 12 octobre 2021 et 13 septembre 2023.

L'Architecte des Bâtiments de France (ABF) a été convié à deux réunions spécifiques les 7 mars 2023 et 19 octobre 2023.

## 3. Les outils mobilisés pour la concertation

Chaque outil a permis de solliciter un public ciblé ou bien de mobiliser l'ensemble des publics ciblés dans le cadre de la concertation. Caen la mer a mis en place des canaux de communication diversifiés pour toucher un large public lors de la concertation.

### 3.1. Pour informer et sensibiliser

#### a. Une information numérique

**Une page internet dédiée au RLPi** : une rubrique dédiée au RLPi a été créée et mise en ligne sur le site internet de Caen la mer. Cette page a été enrichie tout au long de l'élaboration du projet : propos introductifs, éléments du RLPi, informations sur la concertation, etc.

**Un dossier de concertation « numérique »** : un dossier de concertation a été mis à disposition du public sur la page dédiée au RLPi.

**Une information régulière sur les réseaux sociaux** de Caen la mer et sur les sites internet de 48 communes membres.



## b. Une information papier

**Des articles ont également été rédigés dans la presse locale** afin d'annoncer les grandes étapes de l'élaboration du RLPi de Caen la mer et/ou les réunions publiques.

**Un affichage** en amont des réunions publiques dans les 48 mairies de l'intercommunalité a été réalisé afin de rappeler les dates, lieux et horaires des réunions liées l'élaboration du RLPi de Caen la mer.

**Un dossier de concertation papier** : un dossier de concertation a été mis à disposition du public à partir d'avril 2021 au siège de Caen la mer et dans les 48 mairies de l'intercommunalité. Il comprenait un dossier de documentations qui s'est enrichi au fur et à mesure avec les principaux documents de concertation. Ce dossier était accompagné d'un registre d'observations qui a permis aux citoyens de faire part de leurs remarques et questions.

**La parution de deux lettres d'information** : Ces lettres sont parues aux temps forts de la concertation, en juin 2023 pour présenter les résultats du diagnostic et en septembre 2023 afin de présenter de manière pédagogique et synthétique le projet réglementaire et de zonage du RLPi.

**La mise en place de deux expositions publiques** : L'une était consultable au siège de Caen la mer dès le 21 septembre 2023, au moment des réunions publiques et l'autre était itinérante pour permettre à chacun de disposer des informations saillantes et synthétiques sur le projet de RLPi. L'exposition itinérante a été mise à disposition :

- A Caen du 26 septembre 2023 au 6 octobre 2023 ;
- A Bretteville-sur-Odon du 9 octobre 2023 au 20 octobre 2023 ;
- A Mondeville du 20 octobre 2023 au 3 novembre 2023 ;
- A Ouistreham du 7 novembre 2023 au 23 novembre 2023 ;
- A Hérouville-Saint-Clair du 27 novembre 2023 au 8 décembre 2023.

### 3.2. *Pour s'exprimer, échanger et débattre*

**8 réunions** ont été organisées pour échanger avec les différents publics ciblés :

- **Deux réunions avec les PPA ;**
- **Deux réunions avec les personnes concernées ;**
- **Deux réunions publiques ;**
- **Deux réunions de travail avec l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) ;**
- **Une réunion d'information auprès des commerçants de Caen dans le cadre d'un atelier du commerce le 19 juin 2023.**

Chaque réunion a fait l'objet de temps d'échanges et de débats afin de répondre aux interrogations des participants et recevoir leurs remarques.

Dans le cadre des modalités de collaboration entre les communes, le projet a également fait l'objet de présentations devant les communes dans le cadre de réunions en COPIL, en Conférence Intercommunale des Maires (CIM) et en Conseil Communautaire.

**La communication autour des réunions de concertation** s'est faite par le biais des informations papiers et numériques mises en place par Caen la mer (*voir ci-avant*) mais également par le biais d'invitations dédiées pour certains acteurs notamment pour les professionnels de l'affichage, les associations de protection de l'environnement, l'Union Commerciale, Industrielle et Artisanale de (UCIA) de Caen ainsi qu'aux commerçants de Caen.

**Une adresse email dédiée** a été créée « [rpi@caenlamer.fr](mailto:rpi@caenlamer.fr) » permettant de recueillir les questions et les remarques.

**La mise en place de registres** au siège de la communauté urbaine de Caen la mer ainsi que dans chacune des 48 mairies des communes membres.



### III. LE BILAN DE LA CONCERTATION

#### 1. Le bilan quantitatif : La concertation en chiffre

##### 1.1. Les outils pour informer et sensibiliser

- La page dédiée au RLPi sur le site internet de Caen la mer qui a fait l'objet de plus de 2 000 vues.
- Les communes ont également relayé des informations par le biais de leurs sites internet respectifs (agenda, page(s) dédiée(s), etc.) ;
- Les réseaux sociaux de Caen la mer ont fait l'objet d'informations sur le RLPi et notamment sur la réunion publique du 5 juin 2023 organisée par l'intercommunalité.
- L'annonce des réunions publiques s'est faite entre autres par voie d'affichage au siège de Caen la mer et également sur les panneaux d'affichage administratif des communes ;
- Des articles sont également parus dans la presse locale afin d'informer les habitants de la tenue de temps forts de concertation (réunions publiques, avancement du projet, etc.) mais également de donner de l'information technique et pédagogique sur le contenu du document :
  - Ouest France, 10 août 2022 ;
  - Ouest France, 14 décembre 2023 ;
  - Ouest France, 15 décembre 2023 ;
  - Ouest France (X2), 16 décembre 2023 ;
  - Ouest France, 18 janvier 2023 ;
  - Liberté, 29 janvier 2023 ;
  - Ouest France (X2), 20 janvier 2023 ;
  - Ouest France, 21 janvier 2023 ;
  - Ouest France(X2), 25 janvier 2023 ;
  - Ouest France(X2), 26 janvier 2023 ;
  - Ouest France (X2), 30 janvier 2023 ;
  - Caen la mer Magazine, avril 2023 ;
  - Parution d'un communiqué de presse, 31 mai 2023 ;
  - Ouest France, 03 juin 2023 ;
  - Caen la mer Magazine, septembre 2023 ;
  - Ouest France, 12 septembre 2023.

##### 1.2. Les outils pour s'exprimer, échanger, débattre et co-construire

- Les registres dans les 48 mairies de l'intercommunalité et au siège de Caen la mer. **Une seule remarque** a été émise par écrit dans le registre d'Epron ;
- Une adresse mail dédiée au RLPi a été mise en place afin de recueillir les remarques, et observations de tous. Elle a permis de recueillir **plus de 25 contributions** de la part des personnes intéressées par le projet notamment des citoyens, l'association Paysages de France, la société JC Decaux, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), le Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE), le Comité Régional d'Étude pour la Protection de l'Aménagement de la Nature en Normandie (CREPAN) etc.
- Les différentes réunions organisées : **plus d'une soixantaine de personnes** se sont mobilisées, principalement des commerçants et des associations de protection de l'environnement et du paysage et des professionnels de l'affichage.



## 2. Le bilan qualitatif : Synthèse des avis émis durant la concertation et prise en compte éventuelle dans le RLPi arrêté

### 2.1. Le zonage

Les principales demandes concernant le zonage viennent de la part des professionnels de l'affichage afin de permettre l'installation de publicité de grands formats sur les axes de la ZP3 couverts par des secteurs patrimoniaux. D'autres demandes plus génériques visaient à limiter le nombre de zones sur le territoire de Caen la mer. Ces demandes ont été principalement formulées par les professionnels de l'affichage.

\*\*\*

Le zonage retenu a pris en compte certaines demandes notamment concernant la limitation du nombre de zones au sein du RLPi. Pour ce qui est des secteurs patrimoniaux, Caen la mer a choisi d'y maintenir une réglementation particulièrement stricte pour concilier la préservation de ces espaces d'exception avec les besoins de communications notamment des administrés. Aussi le mobilier urbain supportant à titre accessoire de la publicité est l'un des rares supports autorisés dans ces secteurs à condition de respecter les limitations de format imposé par le RLPi. La collectivité a autorisé également, avec l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France, l'installation de publicité apposée sur mur dans un format réduit à 2,5 m<sup>2</sup> et assorti d'une règle de densité équivalente à celle des ZP1a et ZP1b pour tenir compte de la présence de certains axes de communication majeurs du territoire. Toutefois, l'installation de publicité sur mur demeure prohibée sur les éléments remarquables identifiés dans le cadre du Site Patrimonial Remarquable de la ville de Caen ou lorsque le support est en covisibilité avec un monument historique. Cet ajustement vise à concilier les enjeux des professionnels de l'affichage et acteurs économiques locaux avec la protection du patrimoine des secteurs à préserver avec la possibilité de disposer de supports publicitaires dans un format extrêmement réduit.

Enfin, des ajustements à la marge ont été effectués pour tenir compte de l'évolution du territoire et du tissu urbain (Mondeville, Ifs, etc.).

### 2.2. Les publicités et préenseignes

La question du format des supports publicitaires, de la densité mais également de leur réintroduction dans certains secteurs du territoire a été largement soulevée par les professionnels de l'affichage. En effet, il a été demandé à plusieurs reprises d'autoriser la publicité murale sur la ZP1b (espaces résidentiels des communes de moins de 10 000 habitants) et d'adapter les formats de ces publicités. Diverses propositions ont été faites pour le format des publicités sur mur : 4,7 m<sup>2</sup>, 5 m<sup>2</sup> ou encore 5,3 m<sup>2</sup>.

Des demandes de maintien de secteurs avec la possibilité de déployer des publicités ou préenseignes de grands formats (8 m<sup>2</sup> d'affiche / 10,5 m<sup>2</sup> « hors tout ») ont été faites par les professionnels avec des demandes de traitement spécifiques pour les équipements ou secteurs particuliers comme l'aéroport de Caen-Carpique ou encore les parvis et quais de gare de Caen la mer.

Concernant la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain, les professionnels ont demandé à ce qu'elle puisse être autorisée dans les conditions fixées par le Code de l'environnement en dérogeant aux interdictions de publicité dans les lieux visés à l'art. L.581-8 du Code de l'environnement.

En matière de densité, des demandes de traitements spécifiques des parkings des centres-commerciaux et leurs abords ont émergés durant la phase de concertation afin de maintenir un certain nombre de supports sur ces secteurs.



A contrario, les associations ont fortement insisté sur l'interdiction de certaines formes de publicité comme les publicités scellées ou installées directement sur le sol ou bien de les limiter en implantation et en format. Les publicités sur bâches, sur toiture ou terrasse en tenant lieu ou encore sur clôture font l'objet de demande d'interdiction. La proposition des associations vise les seules publicités sur certaines zones et dans un format limité à 4m<sup>2</sup> dans certains secteurs du territoire (les espaces d'activités). Des propositions de limitation de la publicité sur le mobilier ont également été faites (format, mise en place d'une règle de densité, d'interdistance ou bien en fonction du nombre d'habitants, etc.) et notamment l'absence de dérogation aux interdictions de publicité dans les lieux visés à l'art. L.581-8 du Code de l'environnement.

\*\*\*

*Ces observations ont permis de mettre en exergue des points cruciaux du projet notamment sur les communes de moins de 10 000 habitants où des possibilités de signalisations supplémentaires ont été offertes sans toutefois aller à l'encontre des propositions des associations à savoir la mise en place de formats restrictifs et d'une règle de densité évitant la surenchère et l'accumulation des supports. En ZP1b, les publicités sur mur sont autorisées dans la limite de 2,5m<sup>2</sup> et dans le respect de la règle de densité fixée pour la ZP1a. Cet ajustement tient compte de la volonté de limiter l'impact des publicités sur mur dans les espaces d'habitats des communes de moins de 10 000 habitants tout en permettant malgré tout des supports d'expression déjà présents sur le territoire. En ZP2, le format de 4,7m<sup>2</sup> est harmonisé à l'échelle de Caen la mer afin de répondre aux besoins de communication de ces espaces d'activités et de tenir compte des évolutions de format apportées par le décret du 30 octobre 2023. Par ailleurs, les règles de densité proposées s'appliquent aussi bien au domaine privé qu'au domaine public dans un souci de cohérence global du projet.*

*Le caractère particulier du mobilier urbain comme éventuel support de la publicité a été pris en compte. En effet, le mobilier urbain se différencie des autres supports de publicité car il n'a pas pour principal objet d'être vecteur de publicité mais répond aux besoins des administrés. En cela, le mobilier urbain comme support de publicité a une place spécifique dans le RLPi. Il est, à ce titre, l'un des rares supports de publicité autorisé au sein des secteurs patrimoniaux sous réserve de respecter les dispositions de formats fixées par le RLPi.*

*Des espaces d'expression plus importants ont été maintenus sur les axes structurants du territoire (ZP3) dans des grands formats (10,5 m<sup>2</sup> « hors tout ») malgré tout limités par une règle de densité permettant d'éviter la surenchère de supports publicitaires. Cette règle de densité a été assouplie sur les parkings des centres-commerciaux afin de tenir compte des particularités de ces espaces (concentrations d'activités, besoins de communication plus importants, etc.). L'objectif est de concilier ces espaces d'expression avec les enjeux de protection des paysages et de cadre de vie de Caen la mer sur des axes où la pression publicitaire est plus importante afin de limiter les effets de seuils au sein du territoire.*

### **2.3. Les enseignes**

Les demandes ont quasiment exclusivement émané des associations de protection de l'environnement qui ont demandé la mise en place de règles spécifiques pour certaines catégories d'enseignes comme les enseignes sur clôture, scellées au sol ou installées directement sur le sol inférieures ou égales à 1 m<sup>2</sup>.

Certaines enseignes font l'objet de demandes d'interdiction sur la totalité ou certaines parties du territoire comme les enseignes sur toiture ou encore les



enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de grands formats avec la mise en place de surfaces limitées.

Les enseignes en façade font également l'objet de propositions afin d'en limiter la surface cumulée (en fonction de la taille de la façade commerciale).

\*\*\*

Le RLPi propose un certain nombre de règles permettant de limiter en nombre ou en surface certains supports. Des règles favorisant le non-cumul des supports sont également mises en place pour favoriser les enseignes installées en façade d'activités et la limitation de la surenchère des supports signalant une même activité. L'ensemble de ces règles visent à limiter l'impact des enseignes en cohérence avec les enjeux observés sur le territoire mais également les besoins de visibilité des commerçants.

#### *2.4. Les supports lumineux*

De nombreuses contributions ont été faites pour demander d'interdire totalement ou partiellement les supports lumineux et notamment les supports numériques. Les supports lumineux à l'intérieur des vitrines ont également fait l'objet de quelques observations visant soit à permettre le maintien de certains supports d'un format de 2 m<sup>2</sup> soit à limiter fortement l'impact de ces supports notamment des publicités et/ou des supports numériques en vitrine. Ces demandes divergentes ont été faites principalement par les associations de protection de l'environnement et les professionnels de l'affichage. De nombreuses demandes d'interdictions visant à mettre en place des interdictions générales et absolues pour certains supports (notamment les supports numériques).

Les professionnels de l'affichage se sont principalement prononcés pour la modification de la plage d'extinction nocturne (23h-6h au lieu de 22h-6h) ou encore pour le maintien de la réglementation nationale pour encadrer les publicités numériques.

\*\*\*

La divergence des demandes relatives aux supports lumineux a conduit les élus de Caen la mer à préserver les éléments présentés lors de la concertation : à savoir des supports soumis à la plage d'extinction nocturne, des formats réduits tenant compte de la façade commerciale (pour les supports lumineux en vitrine), des formats plus stricts que ceux fixés par le Code de l'environnement avec une règle de densité permettant de limiter l'accumulation de supports numériques sur une même unité foncière. Les enseignes numériques ont également fait l'objet de règles spécifiques qui se sont inspirées des diverses contributions émises tout au long de l'élaboration du RLPi. L'objectif de Caen la mer est de limiter l'impact des supports lumineux et la pollution lumineuse sur son territoire dans le respect des objectifs et orientations fixés par le RLPi en tenant compte des enjeux mis en exergue par le diagnostic du territoire. Le RLPi tient également compte des possibilités offertes par le code de l'environnement de proposer des adaptations locales aux dispositions nationales tout en conciliant la préservation du cadre de vie avec la liberté d'expression, de commerce et d'industrie. Dans ce cadre, il convient donc de rappeler que les possibilités offertes en termes de format à la publicité numérique demeurent confortables (6 m<sup>2</sup>) vis-à-vis des dispositions nationales (8m<sup>2</sup>) et permettent de maintenir une bonne visibilité de ces supports compte tenu de leurs caractéristiques.

## IV. CONCLUSION

Le Conseil Communautaire de Caen la mer a prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) par une délibération du 7 janvier 2021.

La délibération de prescription du Règlement Local de Publicité intercommunal a fixé les modalités à mettre en œuvre dans le cadre de la concertation, à savoir :

- Sur internet : un espace dédié à l'élaboration du RLPi. Cet espace comportera des informations et des documents permettant au public de s'approprier le projet et de prendre connaissance des grandes étapes de la procédure.
- Au siège de la communauté urbaine de Caen la mer : Un dossier sera mis à disposition du public aux horaires habituels d'ouverture.
- Par voie de presse : Une information sera effectuée aux étapes clés de la procédure dans les bulletins d'information de Caen la mer et/ou dans la presse localement diffusée.

La délibération prévoyait la transmission des remarques et observations selon les modalités suivantes

- En les consignant dans les registres : mis à disposition du public au siège de la communauté urbaine de Caen la mer et dans chacune des mairies des communes membres ;
- Par internet / courriel : une adresse électronique du type « RLPi@canlamer » sera accessible sur l'espace dédiée au RLPi et permettant au public de consigner ses observations ;
- Par courrier : le public a eu la possibilité d'envoyer ses observations par courrier à l'attention de :

Monsieur le Président de la Communauté Urbaine Caen la mer  
Direction de l'urbanisme (RLPi)  
16 rue Rosa Parks – CS 52700  
17027 CAEN cedex 9

Au regard des modalités de concertation fixées dans la délibération de prescription du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) et de l'ensemble des modalités mises en œuvre par Caen la mer (voir éléments précédents) ayant permis :

1. de rappeler les dates de la concertation ;
2. d'informer toute personne intéressée au projet du déroulement et de l'avancement de ce dernier ;
3. de prévenir de la tenue des réunions publiques sur le projet de RLPi ;
4. d'informer les personnes intéressées de plusieurs réunions sur le projet de RLPi dédiées aux personnes publiques associées, aux professionnels de l'affichage, aux associations de protection de l'environnement et du cadre de vie et aux commerçants et entreprises locales ;
5. de préciser les modalités de consultation du projet en version papier ou en version numérique ;
6. d'avertir que des observations pouvaient être transmises via les adresses mail et postale dédiées.

**Il convient de tirer un bilan favorable de la concertation menée dans le cadre du RLPi. Cette dernière ayant permis d'informer l'ensemble des personnes concernées et de recueillir leurs observations. Cette concertation a permis à Caen la mer d'ajuster son projet en tenant compte de certaines remarques ou observations émises sur le projet présenté en concertation.**



## **V. LISTE DES ANNEXES**

**Annexe 1** : Publications réalisées durant la concertation.

**Annexe 2** : Comptes rendus des réunions de concertation.

**Annexe 3** : Synthèse des avis émises durant la concertation.