

Conseil de la Métropole du 25 juin 2018

Délibération N°2018-2842 - Élaboration du règlement local de publicité (RLP) métropolitain – Débat sans vote sur les orientations générales du RLP

Temps de parole demandé : 5min

Monsieur le Président, chers collègues,

Comme vous le savez, la Métropole doit adopter son règlement local de publicité à l'horizon 2020, sous peine de se voir imposer à partir de 2020 par le Préfet une réglementation nationale minimale et inadaptée aux enjeux de notre territoire.

C'est pourquoi le Conseil métropolitain a engagé le 15 décembre 2017 l'élaboration d'un règlement local de publicité commun, qui sera annexé à notre PLU-H, s'appliquera à l'ensemble du territoire métropolitain et remplacera de fait les règlements en vigueur dans nos communes.

Ce règlement doit, aux termes de la délibération de 2017, s'articuler autour des trois grandes orientations suivantes :

- Garantir un cadre de vie de qualité,
- Développer l'attractivité métropolitaine,
- Développer l'efficacité des outils à disposition des collectivités.

Vu l'importance de l'enjeu, la Métropole doit se saisir de cette opportunité pour définir et affirmer sa vision territoriale cohérente, adaptée et ambitieuse :

Cohérente :

Aujourd'hui, la diversité des règlements en vigueur n'assure pas cette cohérence pourtant nécessaire.

L'élaboration d'un nouveau document à l'échelle métropolitaine nous offre l'opportunité de fixer ensemble un cap, un socle de règles communes que nous voulons voir appliquer sur l'ensemble du territoire avec comme objectif un

Groupe Centristes et Indépendants – Métropole pour Tous (CIMÉT)

centristesetindépendants@gmail.com
07.62.67.11.76

GRANDLYON
la métropole

équilibre entre préservation du cadre de vie, protection du patrimoine et dynamisme économique, en phase avec les orientations de notre PLU-H.

Cette cohérence repose, enfin, sur un règlement clair, simple, et facilement applicable sur l'ensemble du territoire afin de lutter contre l'affichage sauvage et préserver le cadre de vie métropolitain.

Adaptée :

Le nouveau règlement de publicité doit permettre d'apporter une réponse locale à des besoins spécifiques, qu'il s'agisse de la protection du cadre de vie ou de l'ouverture vers de nouvelles formes de publicité.

Nous savons que les attentes en la matière sont nombreuses dans nos communes, qui ont été entendues ces six derniers mois. Des zonages différents doivent ainsi être proposés en fonction d'éléments clairs (densité de population, de commerces de proximité, d'espaces naturels). Ils permettront d'apporter une réponse réglementaire particulière au regard du patrimoine à protéger, qu'il soit architectural ou paysager.

Ce zonage permettra également de fixer les règles pour l'implantation des enseignes commerciales ou d'activité, offrant l'opportunité d'accompagner le développement d'activités commerciales de proximité, de rationaliser l'affichage sur les axes commerciaux majeurs, et de protéger les quartiers résidentiels.

Ambitieuse :

Ce RLP métropolitain nous invite à repenser la place que doit prendre la publicité dans notre cadre de vie quotidien aussi bien que sur des événements, chantiers ou sites exceptionnels.

- Ainsi se pose la question de la taille des bâches publicitaires temporaires sur les façades d'immeubles (qui permet aux copropriétaires de supporter les coûts de ravalement). Un zonage efficient devrait rendre possible une harmonisation par le haut de la surface maximale des bâches dans des secteurs et sur une durée bien définis, à l'image de ce qui se pratique sur les monuments historiques et les sites classés. Ce zonage permettra également de clarifier la situation et protéger l'espace de vie des centres de villes, de villages et de quartiers pavillonnaires.
- En second lieu, de forts enjeux existent également autour du numérique en réponse aux évolutions du marketing publicitaire et des technologies

en milieu urbain. Cette innovation doit être accompagnée avec prudence (notamment eu égard aux impératifs de sécurité routière) et pragmatisme, en concertation avec les élus et les habitants des zones concernées, et seulement envisagée à titre expérimental et en contrepartie d'une moindre exposition aux panneaux publicitaires (panneaux moins grands, moins nombreux).

- La même logique doit être retenue concernant les autres innovations (par exemple s'agissant des kakemonos ou des marquages temporaires à la craie) : expérimenter avec prudence, dans le respect des réglementations, en concertation avec les riverains, les commerçants et les élus locaux. La finalité doit être de savoir accompagner la diversification des supports sans accroître l'exposition globale aux objets publicitaires.
- Enfin, au-delà de la question des formats et des zonages, ce RLP métropolitain doit être l'opportunité pour l'ensemble de notre territoire d'opérer un bond en avant qualitatif concernant l'ensemble des matériaux publicitaires. En effet, seule l'adoption d'un cadre commun clair permettra l'amélioration notable du cadre de vie : harmonisation des supports (format et proportions, modes d'éclairage), lutte contre l'affichage sauvage ou abusif.

La concertation des communes, les professionnels et les associations était un préalable indispensable à l'élaboration de ce nouveau dispositif. Il convient maintenant de le finaliser avec ambition, puis de le porter avec conviction dans tous les territoires de notre métropole.

Je vous remercie

4331 signes.

Cela fait environ 4 minutes d'intervention

On compte 210 mots par minute et l'intervention contient 742 mots

Conseil de la Métropole du 25 juin 2018

Groupe Centristes et Indépendants - Métropole pour tous (CIMÉT)

Hôtel de communauté – 20 rue du Lac – BP 3103 – 69399 Lyon Cedex 03

Tél : 07.62.67.11.76