

Union des Démocrates et Indépendants (UDI) et apparentés

Denis Broliquier

Monsieur le Président, mes chers collègues,

Vous nous demandez de débattre, aujourd'hui, sur les orientations générales du futur Règlement local de publicité (RLP) de la Métropole de Lyon.

Dès le lancement de l'élaboration de ce document, les élus du groupe « UDI et apparentés » ont été favorables à cette harmonisation des règles en matière d'affichage extérieur au sein de l'aire métropolitaine. En effet, avec 42 Règlements locaux de publicité communaux différents, la Métropole avait besoin d'une compétence territoriale uniformisée afin notamment de réaffirmer sa qualité de collectivité territoriale de plein exercice. Cependant, l'unité réglementaire n'impose en aucun cas de gommer les spécificités locales. Au contraire, elle doit permettre de redonner de l'équité entre des territoires, qui le plus souvent, par manque de moyens financiers et d'expertises techniques, n'avaient pas exercé complètement cette compétence.

Le futur règlement local de publicité (RLP) Métropolitain devra concilier des enjeux, qui au premier abord, peuvent paraître antinomiques : diminuer l'impact paysager de la publicité, protéger le public et l'environnement sans pour autant nuire au développement économique. C'est ce point d'équilibre qui faut trouver, et qui devra bien évidemment intégrer les nouveaux types de publicité urbains (tel que les affichages numériques et des marquages publicitaires éphémères sur les trottoirs). Si on ne peut pas légitimement tourner le dos aux nouvelles technologies, il faut aussi les maîtriser et ne pas hésiter à limiter leurs usages, voir à les interdire si elles ne nous conviennent pas. En effet, l'intérêt économique ne peut justifier une excuse pour justifier une pollution visuelle excessive de nos espaces publics. Garantir un cadre de vie de qualité pour tous, reste l'objectif numéro un de ce plan.

Tout d'abord, concernant les panneaux numériques, il est nécessaire de conditionner leur implantation à des règles très précises quant à leur nombre, leur taille, leur lieu d'implantation voire, dans le cadre de la loi, les images diffusées. Ces règles doivent être édictées au-delà de toute pression dans le seul intérêt général. Pour cela, la Métropole doit conserver la main sur le développement de ce type de publicité. Que le déploiement de l'affichage numérique puisse être un moyen de négociation ne nous choque pas, mais il ne doit en aucun cas devenir une obligation pour notre collectivité.

Ensuite, concernant les marquages publicitaires éphémères sur les trottoirs. En décembre dernier, à l'insu de notre plein gré au même titre que Bordeaux et Nantes, le gouvernement décidait unilatéralement d'autoriser l'expérimentation sur les trottoirs Lyonnais. Au Conseil municipal de la Ville de Lyon de janvier, nous avons demandé, à vous Monsieur le Président et à vous Monsieur le Maire, que Lyon soit retiré des territoires de cette expérimentation. À ce sujet, 6 mois plus tard, quelles démarches ont été entreprises en ce sens ? Nous savons que le signataire du décret n'est autre que votre prédécesseur. Mais force est de constater que les publicités de ce type continuent de fleurir en centre-ville de Lyon en toute impunité malgré votre engagement.

Enfin, une dernière évolution nécessaire, déjà formulée à plusieurs reprises, concerne la publicité sur les échafaudages. Le règlement lyonnais actuel autorise la publicité, sur ce type de surface, dans la double limite de 25% de la surface de l'immeuble ou de la bâche, sans pouvoir excéder de 16m². Une règle plus restrictive que la loi, qui elle, autorise, en son article R581-54 du Code de l'environnement que « l'affichage publicitaire apposé sur une bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de la bâche de chantier ». Cette application stricte de la loi est d'ailleurs déjà expérimentée à Lyon sur deux sites historiques majeurs : la place Bellecour et l'île Barbe et elle a

fait ses preuves. Nous demandons donc la généralisation de la règle des 50% dans le futur RLP à l'ensemble du territoire métropolitain. Cette mesure a de nombreux avantages. Elle propose des affichages par définition éphémère. Elle permet d'aider les propriétaires à accélérer les travaux de ravalements de façade et par conséquent à contribuer à l'embellissement durable de notre ville. Les bâches permettent par ailleurs, une meilleure protection de l'environnement par rapport aux nuisances des chantiers. Cette mesure aurait le mérite de ne rien coûter à la collectivité.

D'autres sujets doivent être abordés : l'existence possibles de « zones blanches » libres de toute publicité est une idée qui nous semble intéressante à étudier, toute comme la publicité temporaire spécifique pour les événements sportifs ou culturels qui, faute d'argent public, font appel à des partenaires privés qu'il faut valoriser. Et je rejoint l'interrogation de Mme le Maire du 1er arrondissement – je m'exprime aujourd'hui au nom de mon groupe – mais le Maire du 2ème arrondissement que je suis a des préoccupations locales à exprimer aussi : « comment les porter ? »

Vous l'aurez compris Monsieur le Président, les élus UDI et apparentés sont des farouches défenseurs d'un espace public publicitairement apaisé. C'est à ces seules conditions que nous soutiendrons le RLP qui nous sera présenté, pour examen définitif, en octobre 2019.

Je vous remercie,