



ECHO DU CONSEIL D'ARRONDISSEMENT DU 10 MARS 2021

LIMITER LA PRÉSENCE PUBLICITAIRE DANS L'ESPACE PUBLIC



LIMITER LA PRESENCE PUBLICITAIRE DANS L'ESPACE PUBLIC

Elle est trop souvent une atteinte esthétique et paysagère, une source de pollution lumineuse et de consommation énergétique disproportionnée. Elle promeut très largement un modèle de société non compatible avec la lutte contre le dérèglement climatique et l'effondrement de la biodiversité. Elle peut être nocive par ses effets sur la santé physique et psychologique. Face à ces maux, la Métropole de Lyon élabore le nouveau règlement local de publicité (RLP).

Présentation du rapport sur le règlement local de publicité (RLP) de la Métropole de Lyon, par Matthieu Arrondeau, adjoint au commerce et à l'économie, et le débat qui a suivi, lors du Conseil d'arrondissement du 4^e du 10 mars 2021.

[Voir ou revoir le CA de Lyon 4^e du 10 mars 2021.](#)

Prochain Conseil d'arrondissement : 12 mai 2021 à 18h.

[A suivre sur la chaîne Youtube de la mairie du 4^e.](#)

MATTHIEU ARRONDEAU, rapporteur :

« J'ai la charge de vous présenter les grandes orientations de ce règlement local de publicité, qui s'appelle communément RLP. C'est un débat sans vote comme l'a rappelé M. le Maire.

La Métropole est compétente pour élaborer le RLP sur l'ensemble de son territoire en application du code de l'environnement modifié par la loi Grenelle 2. Le RLP métropolitain remplacera les 42 RLP communaux qui sont déjà existants.

L'élaboration du RLP métropolitain a commencé par une délibération au 15 décembre 2017 qui lançait la procédure et approuvant les modalités de collaboration avec les communes et les modalités de concertation publique.

Cette 1^{ère} phase de travail a permis aux élus métropolitains, communaux et d'arrondissement de débattre sur des orientations générales entre juin et novembre 2018. Et en continuant jusqu'en 2019 puisque la concertation publique s'est tenue de janvier 2018 à avril 2019.

La collaboration avec les communes s'est poursuivie jusqu'à l'automne 2019 avant une phase de pause du fait des élections municipales en 2020.

Le processus de l'élaboration a repris à partir de juillet 2020, à partir des éléments acquis :

- La collaboration importante avec les communes.
Elle permet de poser les enjeux territoriaux à l'échelle de la Métropole et des communes, sur la base des études techniques et juridiques menées
- La concertation publique.
En particulier celle avec les représentants du milieu professionnel et les associations de défense du cadre de vie permet l'expression des attentes de chacun
- L'association des services de l'État, des chambres consulaires et du SYTRAL.

Nous sommes dans la première étape d'un calendrier ambitieux :

- De Décembre 2020-mars 2021 : co-construction du projet de RLP avec tous les Maires de la Métropole au travers des CTM,
- Le 21 juin 2021 : arrêt du projet et bilan de la concertation au conseil métropolitain,
- 21 septembre 2021 : délai limite pour les communes pour donner leur avis par délibération.
- Janvier-février 2022 : enquête publique.

Sachant qu'il faut approuver le RLP en juin - juillet 2022, étant donné que la caducité des RLP communaux a été repoussée au 13 juillet 2022.

Des grands objectifs qui ont été énoncés en 2017 dans lesquels on se retrouve toutes et tous :

- Garantir un cadre de vie de qualité en prenant en compte la diversité des paysages urbains, péri-urbains et naturels, dont le patrimoine exceptionnel comme ordinaire, qui participe à l'identité de l'agglomération.
- Développer l'attractivité métropolitaine que ce soit les lieux de vie, de travail ou de tourisme, en développant la meilleure efficacité des messages dans un environnement urbain de qualité.
- Développer l'efficacité des outils à la disposition des collectivités. Il s'agit d'harmoniser les règles et de développer une équité réglementaire à l'échelle du territoire de la Métropole tout en tenant compte des spécificités locales.

Il y a une volonté de renforcer les orientations débattues en 2018 pour une action plus déterminante sur le cadre de vie. On constate que la publicité permet l'expression citoyenne, la promotion des activités culturelles, sportives, et la promotion du tissu économique local. Mais elle est trop souvent une atteinte esthétique et paysagère, une source de pollution lumineuse et de consommation énergétique disproportionnée. Et elle promeut très largement un modèle de société non compatible avec la lutte contre le dérèglement climatique et l'effondrement de la biodiversité, et bien sûr peut être nocive par ses effets sur la santé physique (lumière bleue, mal bouffe ...) et psychologique (normes sociales discriminantes ...).

Je vais vous présenter les orientations générales du RLP métropolitain qui sont soumises au débat sans vote.

4 orientations :

- 1- La préservation de la qualité paysagère et urbaine
- 2- La lutte contre la pollution lumineuse
- 3- Le développement d'un cadre de vie apaisé
- 4- Une harmonisation réglementaire pour une équité territoriale

1- Pour la préservation de la qualité paysagère et urbaine.

On voit que certains dispositifs peuvent être une source de pollution visuelle importante, quel que soit le site d'installation. On recherche les moyens de contraindre fortement les dispositifs. Il s'agit

d'interdire ou encadrer fortement particulièrement l'usage du numérique et le très grand format publicitaire comme sur les bâches, comme vous le voyez sur cette photo. Le mobilier urbain comme support de la publicité peut permettre la diffusion d'information locale et de proximité, d'information culturelle par exemple, mais cela ne doit pas se faire au détriment du paysage urbain.

Il s'agit donc de limiter la taille de la publicité admise sur le mobilier urbain à 2m² maximum

2- Dans la lutte contre la pollution lumineuse.

Les enseignes et les publicités lumineuses ont des impacts négatifs sur la biodiversité et participent au gaspillage énergétique. Elles génèrent une pollution lumineuse néfaste pour le cadre de vie.

On souhaite élargir la plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires et des enseignes. En proposition, c'est d'avoir une extinction des enseignes à la cessation de l'activité – publicités éteintes de 22h à 7h. Je rappelle que le code de l'environnement prévoit déjà une extinction des enseignes entre 1h et 6h du matin. C'est déjà une disposition nationale.

Aussi fortement contraindre l'implantation des dispositifs lumineux et numériques Et donc interdire dès que cela est possible les dispositifs les plus polluants.

3- Le développement d'un cadre de vie apaisé

Le cadre de vie des habitants et usagers du territoire Métropolitain doit être au service du lien social et de l'économie de proximité.

Une réduction de la taille des publicités admises permettra une meilleure intégration urbaine.

Il s'agit ici de diminuer la taille maximale de la publicité sur le territoire urbain. Aussi on souhaite édicter une règle de densité stricte. On a trop souvent, trop de publicité comme on le voit sur la photo dans certaines zones de la Métropole. Il s'agit de réduire le nombre de dispositifs publicitaires sur les terrains privés. Ce qui permettra justement de laisser une plus grande visibilité aux enseignes des activités et des commerces.

La proposition c'est de réduire le nombre de panneaux publicitaires et d'établir une règle de densité stricte sur l'ensemble de la Métropole.

Là aussi, on souhaite limiter la publicité, dans l'espace privé et sur l'espace public, à proximité des équipements, notamment des écoles. L'environnement autour des équipements accueillants du public doit être apaisé. Il s'agit pour notre arrondissement, notamment pour tous les territoires de la ville d'identifier les sites et les leviers réglementaires.

On a aussi comme problématique des enseignes de trop grande taille ou disproportionnées qui nuisent au cadre de vie et à la visibilité des activités.

L'intention est d'adapter les enseignes au site d'implantation.

Donc des enseignes respectueuses de leur environnement doivent être mises en place, de l'environnement et de l'architecture et mutualisation des enseignes scellées comme on voit sur la photo à gauche.

4 - Une harmonisation réglementaire

C'est un travail qui est aussi mené par les services de la Métropole donc d'avoir une harmonisation sur l'ensemble du territoire métropolitain. La majorité des interdictions publicitaires qui sont édictées par la loi doivent être maintenues. Il s'agit de limiter la publicité au petit format sur mobilier urbain et au micro-affichage sur les devantures commerciales.

L'harmonisation réglementaire, comme je le disais c'est un souci de justice territoriale et de facilité de compréhension et de mise en œuvre du document. Les règles seront unifiées à l'échelle de la Métropole lorsque cela est pertinent.

La proposition est de limiter les différents formats de la publicité et du nombre de zones utilisées dans le document. En plus claire, on passe d'un RLP comprenant un certain nombre de zones à un RLP beaucoup plus simplifié et harmonisé sur le territoire métropolitain.

Voilà, je vous ai présenté ces grandes orientations qui sont maintenant soumises au débat au sein du Conseil d'arrondissement. »

SYLVIE PALOMINO :

« Le processus de l'élaboration de ce nouveau règlement local de publicité, qui a été très bien décrit par Matthieu Arrondeau et je le remercie pour cette présentation, a débuté en 2017, en concertation avec chacune des 59 communes, des professionnels du secteur et des associations engagées sur le sujet. Donc, c'est une obligation légale qui vise à remplacer les 42 règlements locaux existants aujourd'hui. A défaut, le règlement national de publicité s'appliquera et il ne sera pas possible d'appliquer des mesures plus restrictives.

A ce stade, notre groupe se félicite de voir que l'essentiel du travail réalisé entre 2017 et 2020 à ce sujet a été très largement repris par la nouvelle majorité à la Métropole, ce qui prouve qu'il y a eu un bon travail.

Sur les enseignes et dispositifs lumineux, la nouvelle majorité souhaite limiter leurs amplitudes horaires, c'était également notre volonté avec une légère différenciation en fonction des lieux. Sur les publicités lumineuses, il est proposé d'interdire les dispositifs les plus polluants. Nous proposons de développer des dispositifs ne fonctionnant qu'aux périodes de flux importants avec des gabarits moindres que les dispositifs classiques.

Sur les bâches publicitaires, il est proposé d'interdire ou d'encadrer fortement, le très grand format publicitaire. Nous proposons également d'en limiter fortement la taille, les formats et les lieux d'implantation.

Sur la mutualisation des enseignes scellées, sur la réduction de la taille de la publicité, sur la préservation des séquences paysagères, patrimoniales, les propositions du nouvel exécutif, rejoignent en grande partie le travail de la majorité précédente. D'ailleurs, le vice-président à la Métropole a indiqué en commission que 80 à 90% de ce qui est présenté dans le nouveau plan est repris du travail précédemment réalisé.

Sur la méthode, nous sommes néanmoins plus dubitatifs en constatant, et c'est le cas dans ce que nous avons entendu ce soir, que le processus est repris depuis le début ou presque. Une large consultation publique a déjà eu lieu associant les Maires, les acteurs économiques, comme associatifs, et l'Etat. Les prochaines étapes auraient dû être le lancement d'une enquête publique avec adoption par le Conseil de la Métropole au plus tôt. Aujourd'hui, elles sont respectivement repoussées, comme vous l'avez dit, à janvier et juillet 2022 pour permettre de recommencer la concertation. Pourquoi perdre encore un an pour un projet que vous présentez comme dans la continuité du travail qui a été fait précédemment. ? Et comment être sûr que les avis émis ici, ce soir comme dans les 8 autres arrondissements de Lyon, au Conseil Municipal et au Conseil Municipal prochainement, et dans les 58 autres communes de la Métropole, seront entendus et pris en compte.

Nous en revenons à nos échanges, sur la place des arrondissements et des communes dont la relation avec la Métropole. Permettez-moi aujourd'hui de douter que tous ses avis soient réellement pris en compte. En attendant les dispositifs publicitaires que nous souhaitons voir collectivement diminuer ou supprimer, vont se maintenir durant encore au moins 20 mois. Que de temps et d'énergie perdus ! »

Objet : Elaboration du règlement local de publicité (RLP) de la Métropole de Lyon
- Débat sans vote sur les orientations générales du règlement local de publicité métropolitain.

Rapporteur : MATTHIEU ARRONDEAU

Débat sans vote.