



Département Urbanisme et Habitat  
Direction de la Planification Urbaine



# Règlement Local de Publicité Intercommunal



Comité de pilotage Planification  
10 février 2021

## Ordre du jour



Préambule: Le projet métropolitain de préservation du cadre de vie

Calendrier prévisionnel de la démarche

Points de vigilance

La place des communes dans la démarche

La concertation avec les habitants

L'association des acteurs locaux concernés

Le RLPi: le projet métropolitain de préservation du cadre de vie, ancré dans une dynamique de planification urbaine

**SCoT:**

A la recherche d'un équilibre durable entre le développement du territoire, son attractivité et l'exigence environnementale



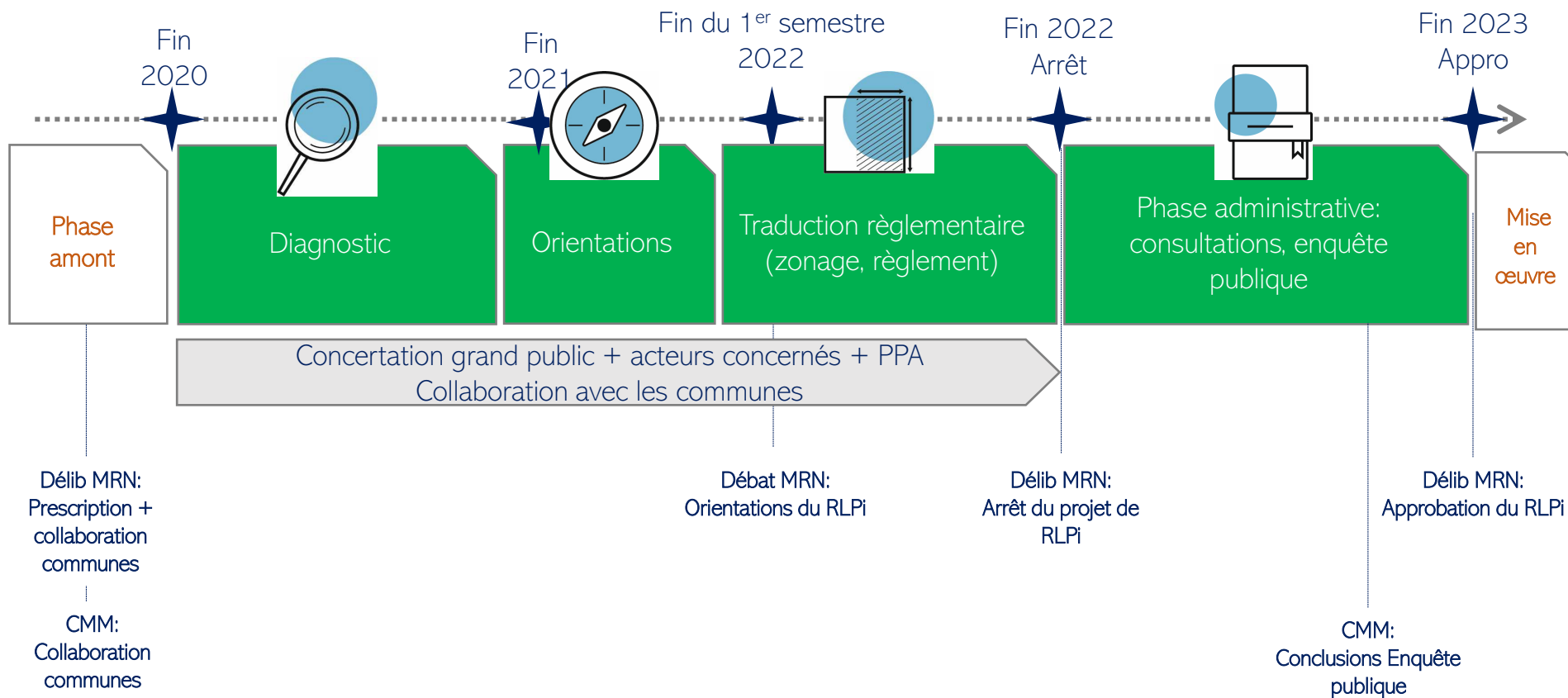
**RLPi:**

Annexe du PLUi; il précise le projet paysager et de protection du cadre de vie du territoire et fixe des règles s'appliquant au champ spécifique de la publicité et des enseignes

**PLUi:**

Une volonté d'articuler dynamisme économique, protection et valorisation de l'environnement, nouvelles solutions de mobilité, offre adaptée en logements et urbanisme respectueux de l'environnement

# Calendrier prévisionnel



**?** *Viser l'unanimité des communes dans le cadre de leurs délibérations communales sur le projet de RLPI arrêté?*

## Mobilier urbain:

- Inventaire non exhaustif des dispositifs de publicités et enseignes, y compris mobilier urbain: intérêt de repartir des données sur la localisation des mobiliers urbains
- La Métropole ne dispose pas à ce jour de ces données (historique de gestion communale)

## Publicités/enseignes lumineuses et numériques (RAPPEL):

- Traitement particulier de l'enjeu de la publicité lumineuse et numérique
- Rappel: pas d'interdiction générale et absolue; des restrictions à justifier
- Approche technique: constitution d'un groupe de travail spécifique transversal associant les directions/services concernés de la Métropole

## Projet de loi « Convention citoyenne sur le climat »:

- Décentralisation de la police de l'affichage
- Opposabilité du RLPi aux publicités et enseignes situées dans les vitrines

## TLPE (RAPPEL):

- La TLPE= un sujet connexe
- En marge du RLPi: réflexions sur les interactions avec la TLPE, retombées fiscales
- Inclus dans le marché RLPi: Etude d'opportunité harmonisation/ compétence TLPE, pour mobilisation éventuelle du Service Fiscalité

### Un réseau « d'élus témoins »:

- 1 élu témoin / pôle de proximité
- Rôle : retour d'expérience sur la mise en œuvre de leurs RLP communaux
- Intervention: lors des ateliers de travail avec les communes (phase diagnostic et règlement)

### En terme de pilotage de la démarche, un principe de:

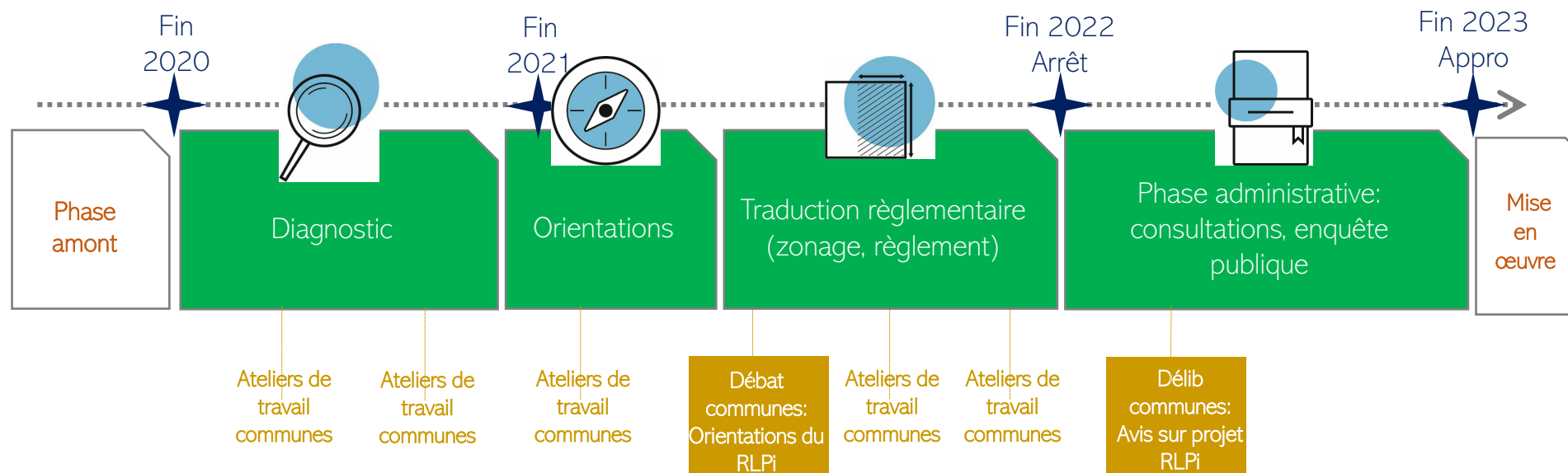
- Faire prévaloir la construction d'une identité métropolitaine
- Fixer un cap, des orientations amont, en établissant un cadre efficace et constructif pour permettre aux communes de s'exprimer



- *Proposition: le cadrage Métropolitain est formalisé par le CoPil Planification, en particulier au démarrage de la phase Orientations, puis relayé principalement lors des sessions d'ateliers de travail, comme base de travail*
- *En complément, s'appuyer sur un autre réseau d'élus pour relayer les ambitions métropolitaines? Si oui, lesquels, quand, comment?*

# La place des communes dans la démarche

Dispositifs mis en place



- o Plusieurs ateliers de travail (référents élus/techniciens) aux étapes clefs: diagnostic, orientations, règlement
- o La diffusion de questionnaire(s), accès à l'espace collaboratif de la plateforme d'échange de documents, des présentations ponctuelles en CTM et en commission UH
- o Une mobilisation accrue des techniciens des communes en phase règlement

*Une interface avec les communes facilitée avec l'appui des Pôles de Proximité*



*Faut-il mettre en place un dispositif plus / moins développé?*

## DIAGNOSTIC:

- Informer les habitants du lancement de la démarche
- Sensibiliser la population aux enjeux liés à la publicité/enseignes
- Inviter les habitants à exprimer leurs points de vue, leurs ressentis quant à la présence des différents dispositifs de publicité et leur impact sur leur cadre de vie, afin d'enrichir l'approche sensible du diagnostic
- Identifier les personnes qui pourront être invitées aux temps forts de la concertation ( balades, réunions publiques, etc) et qui pourront être destinataires des informations relatives à la démarche

## ORIENTATIONS:

- Partager les ambitions territoriales

## REGLEMENT:

- Partager et faire comprendre les contours des futures règles du RLPi

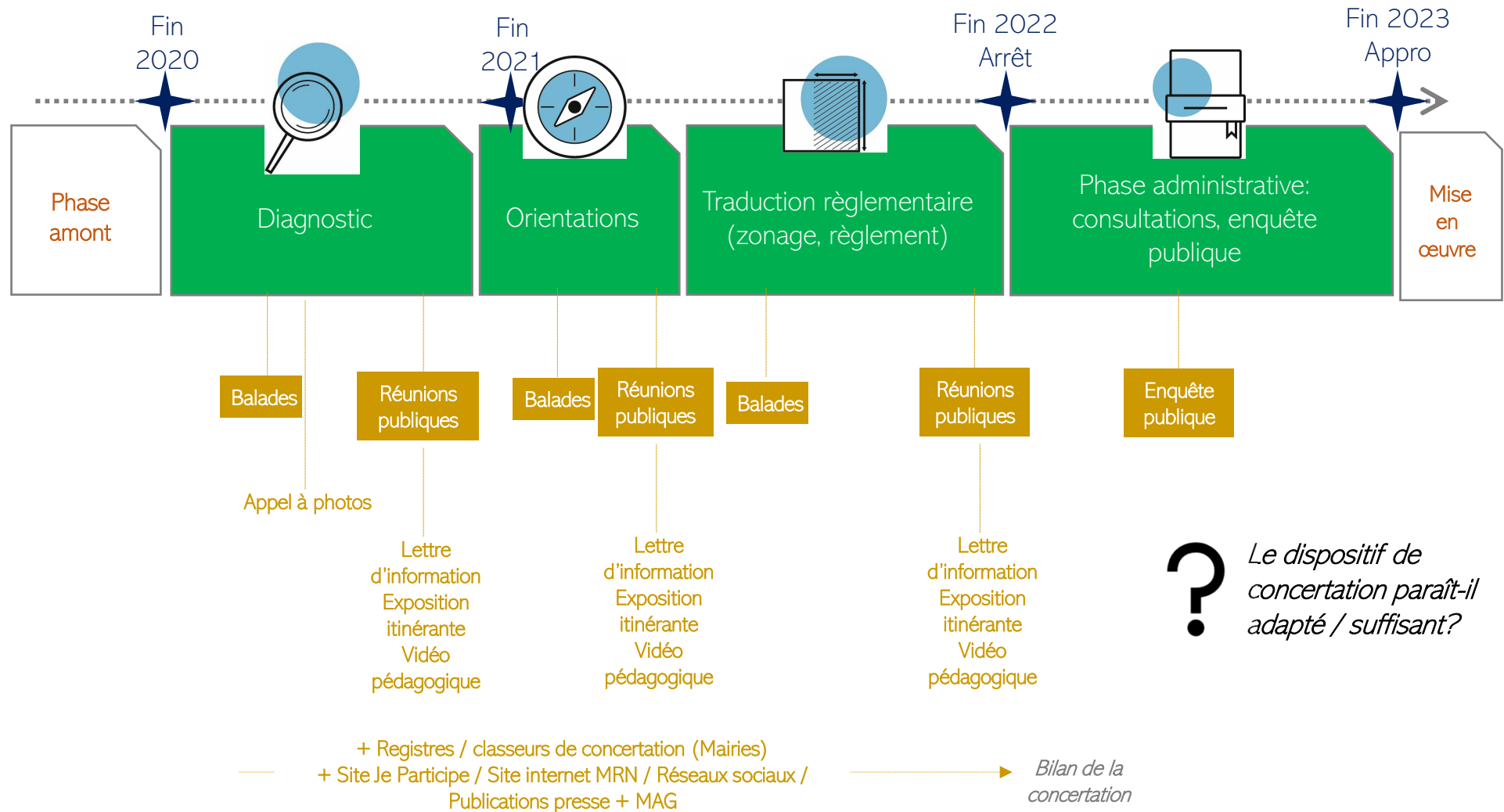
## ARRÊT DU PROJET:

- Bilan de la concertation: étape obligatoire, réglementaire (fait l'objet d'une délibération spécifique avant l'arrêt)
- Enquête publique: étape obligatoire, réglementaire



# Concertation avec les habitants

Dispositifs mis en place



? *Le dispositif de concertation paraît-il adapté / suffisant?*

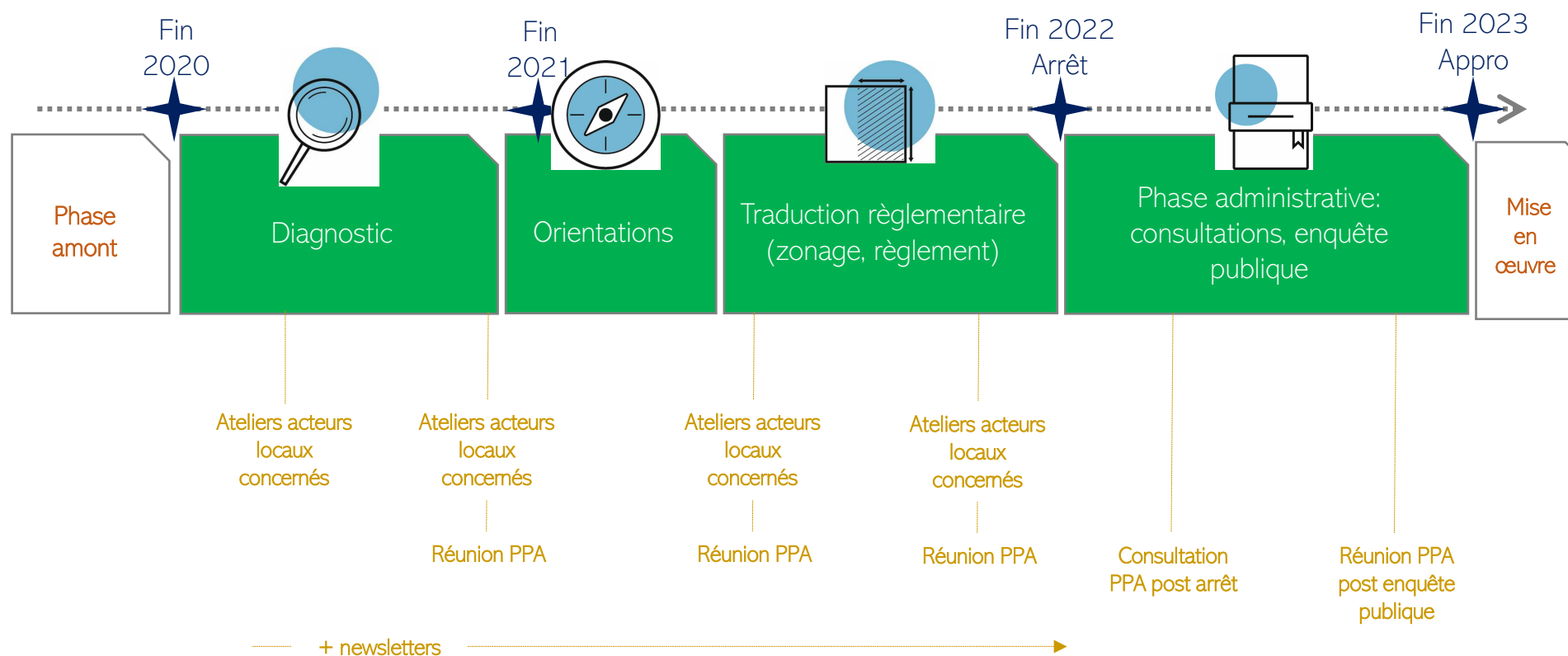
### Association des Personnes Publiques Associées:

- o Associations « formelles »: présentation de l'avancement de la démarche, recueil des observations des PPA

### Associations des acteurs locaux, concernés par la démarche:

- o Des acteurs aux logiques diverses, voire divergentes: professionnels de l'affichage (publicitaires, enseignant), associations de protection des paysages, acteurs économiques locaux, ...
- o Des acteurs plus ou moins faciles à toucher:
  - o Des professionnels de l'affichage et des associations très investies
  - o Des acteurs économiques locaux (commerçants, entreprises, ...) accessibles via leurs représentants, et via les dispositifs de concertation mis en place pour les habitants (réunions publiques, balades)
- o Des enjeux exacerbés au regard du contexte sanitaire et économique actuel

*Une interface avec la sphère économique facilitée avec l'appui de la Direction de l'action économique*



- *Quel parti-pris pour associer les professionnels de l'affichage et les associations: privilégier des temps de concertation communs ou distincts?*
- *Faut-il mettre en place un dispositif plus volontariste pour l'association des acteurs locaux?*
- *Quelle association du Conseil Consultatif de développement?*