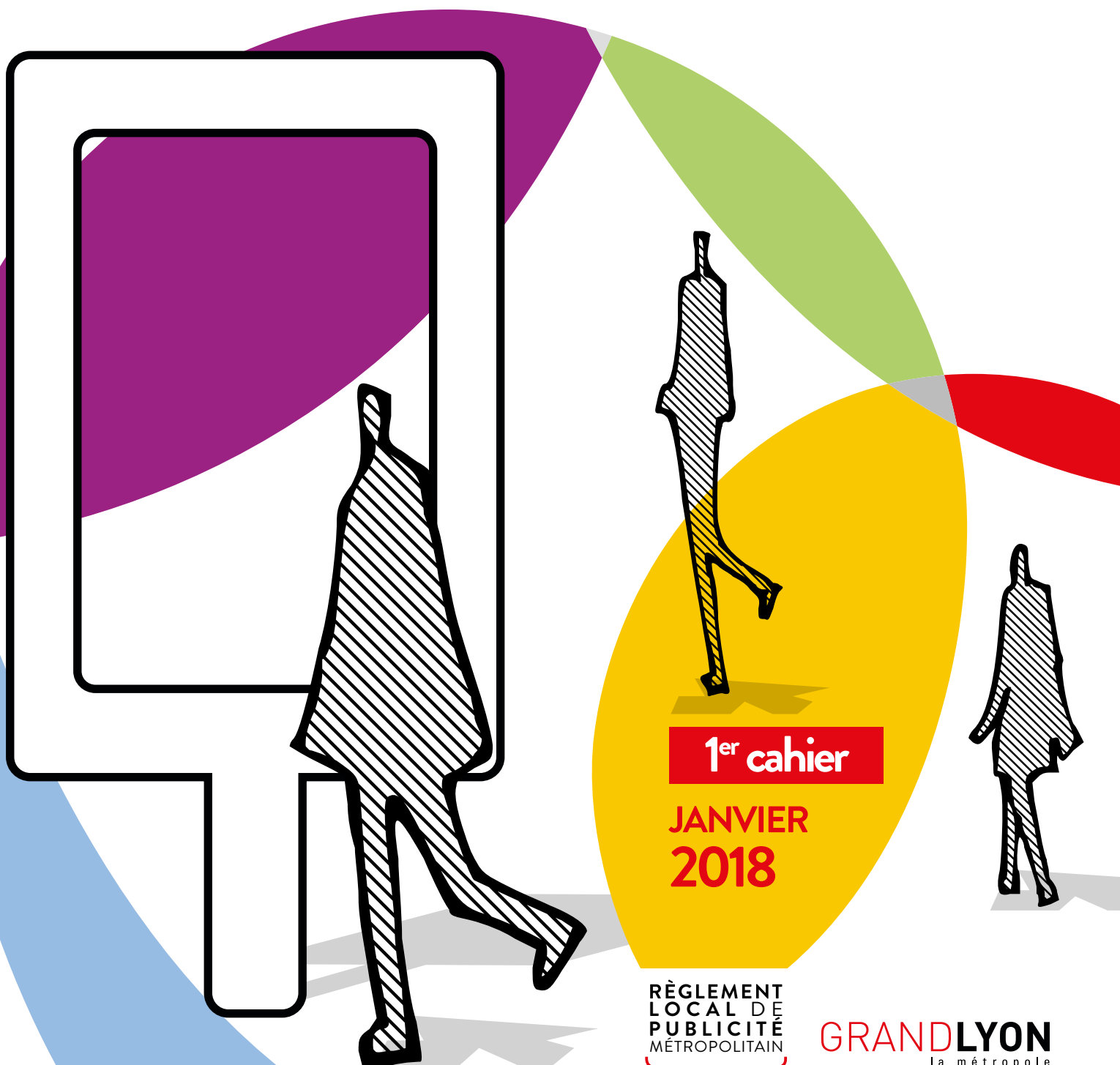


ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ MÉTROPOLITAIN

—
CONCERTATION PUBLIQUE



1^{er} cahier

JANVIER
2018

RÈGLEMENT
LOCAL DE
PUBLICITÉ
MÉTROPOLITAIN

GRAND LYON
la métropole

LA CONCERTATION

La concertation a pour but de recueillir l'avis des habitants, usagers, commerçants, responsables économiques, professionnels de l'affichage extérieur et des associations de défense du cadre de vie et de l'environnement.

L'information du public sur l'élaboration du Règlement local de publicité (RLP) se fait d'abord par la mise à disposition d'un dossier dans les mairies des 59 communes et des 9 arrondissements de Lyon et à l'Hôtel de la Métropole. Ce dossier, que vous êtes en train de consulter, sera complété au fur et à mesure de l'avancement des études.

Pendant cette concertation, vous pouvez donner un avis général ou un avis particulier sur un sujet ou un lieu, vous pouvez réagir aux éléments présentés, et aux propositions.

N'hésitez pas à nous faire part de vos bons et mauvais exemples d'intégration de publicité et d'enseignes avec photos et commentaires.

Des réunions d'échanges et de concertation se tiendront pendant les études d'élaboration. Elles pourront être générales ou thématiques et s'adresser à différents

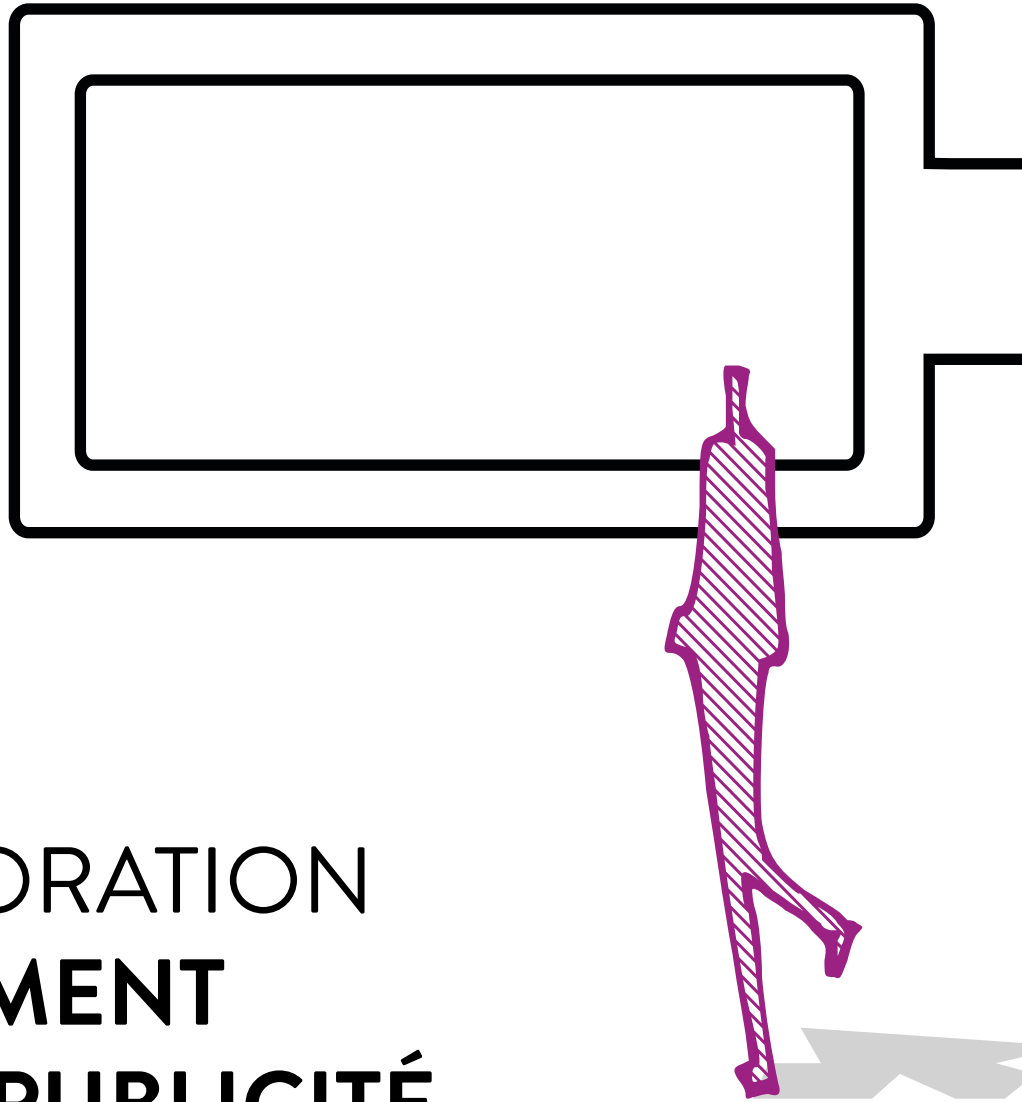
publics. Au moins une réunion publique ouverte à la totalité de la population sera tenue après l'été 2018.

Vous pouvez vous exprimer :

- ✓ En écrivant dans le registre que vous trouverez dans ce dossier
- ✓ En envoyant un message à cette adresse : concertation.rlp@grandlyon.com
- ✓ En écrivant à la Métropole :

Métropole de Lyon
DDUCV-DSTPU
Service planification
20 rue du Lac
CS 33569
69505 Lyon cedex 03

Retrouvez le dossier sur le site internet de la Métropole : www.grandlyon.com/projets/concertations-enquetes-publiques.html



OBJECTIFS DE L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Garantir un cadre de vie de qualité

Le RLP de la Métropole de Lyon devra prendre 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. Cela passe par une exigence de qualité et d'intégration paysagère et architecturale des dispositifs de publicité et d'enseignes et par une limitation de la pollution visuelle et nocturne.

Développer l'attractivité métropolitaine

Le RLP sera un outil pour le renforcement de l'attractivité de nos territoires qu'ils soient lieu de vie, de travail ou de tourisme, en développant la meilleure efficacité des messages dans un environnement urbain de qualité. Les besoins spécifiques des équipements culturels, sportifs et des événements doivent être étudiés.

Développer l'efficacité des outils à la disposition des collectivités

L'objectif d'un RLP métropolitain est 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 faudra équilibrer l'efficacité de l'information délivrée avec la préservation du cadre de vie tout en prenant en compte l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire et anticiper l'évolution de la ville.

RPL, POUR RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Le Règlement local de publicité (RPL) est un document qui régleme la publicité ainsi que les enseignes et préenseignes.

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ MÉTROPOLITAIN

Le RPL métropolitain inscrit les règles et conditions pour implanter des publicités, des enseignes et des préenseignes sur le territoire de la Métropole de Lyon.

Il est approuvé par le conseil de la Métropole de Lyon.

Le RPL comporte :

- ✓ un rapport de présentation justifiant les choix retenus,
- ✓ un règlement très précis pour chaque zone définie,
- ✓ un document graphique de zonage et des annexes.

La publicité

Toute information, sous forme de texte, d'image, de forme, d'objet, visible depuis un espace ouvert à la circulation publique, que cette information soit située sur un terrain public ou sur un terrain privé.

La publicité peut être installée sur un dispositif mural ou scellé au sol (panneau sur pied), sur du mobilier urbain (abribus...). La publicité dite lumineuse est une publicité avec des lettres lumineuses découpées, des néons éventuellement et aujourd'hui de l'écran numérique. Dans certains cas la publicité peut être autorisée sur des bâches permanentes ou sur des bâches de chantier. La publicité n'est autorisée qu'à l'intérieur des zones agglomérées des communes.



L'enseigne

Toute information sous forme de texte, d'image, de forme, d'objet, à propos de l'activité se trouvant sur le bâtiment ou sur le terrain même de l'activité.

Dès que l'information n'est plus sur la propriété même de l'activité, ce n'est plus une enseigne mais une préenseigne qui a un statut de publicité. Toute activité a le droit d'indiquer sa présence, de dire ce qu'elle fait : on n'a pas le droit d'interdire totalement les enseignes, on peut les limiter. L'enseigne peut être installée sur un mur (en parallèle ou à la perpendiculaire), scellée au sol sur le terrain ou le parking de l'activité, parfois sous des formes plus originales (comme une piscine posée à la verticale sur un terrain), imprimée sur les stores, vitrines ou fenêtres et, dans certaines conditions, installée sur la toiture. Elle peut être lumineuse sous certaines conditions : lettres découpées, écran numérique.



La pré enseigne

Une information indiquant la proximité d'une activité.

Une pré enseigne est considérée comme une publicité sauf celles qui signalent : les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles, les monuments historiques ouverts à la visite du public. Seuls ces panneaux spécifiques peuvent être installés en dehors des zones agglomérées des communes. La taille des pré-enseignes est fortement limitée.



CE QUE LE RLP NE RÉGLEMENTE PAS

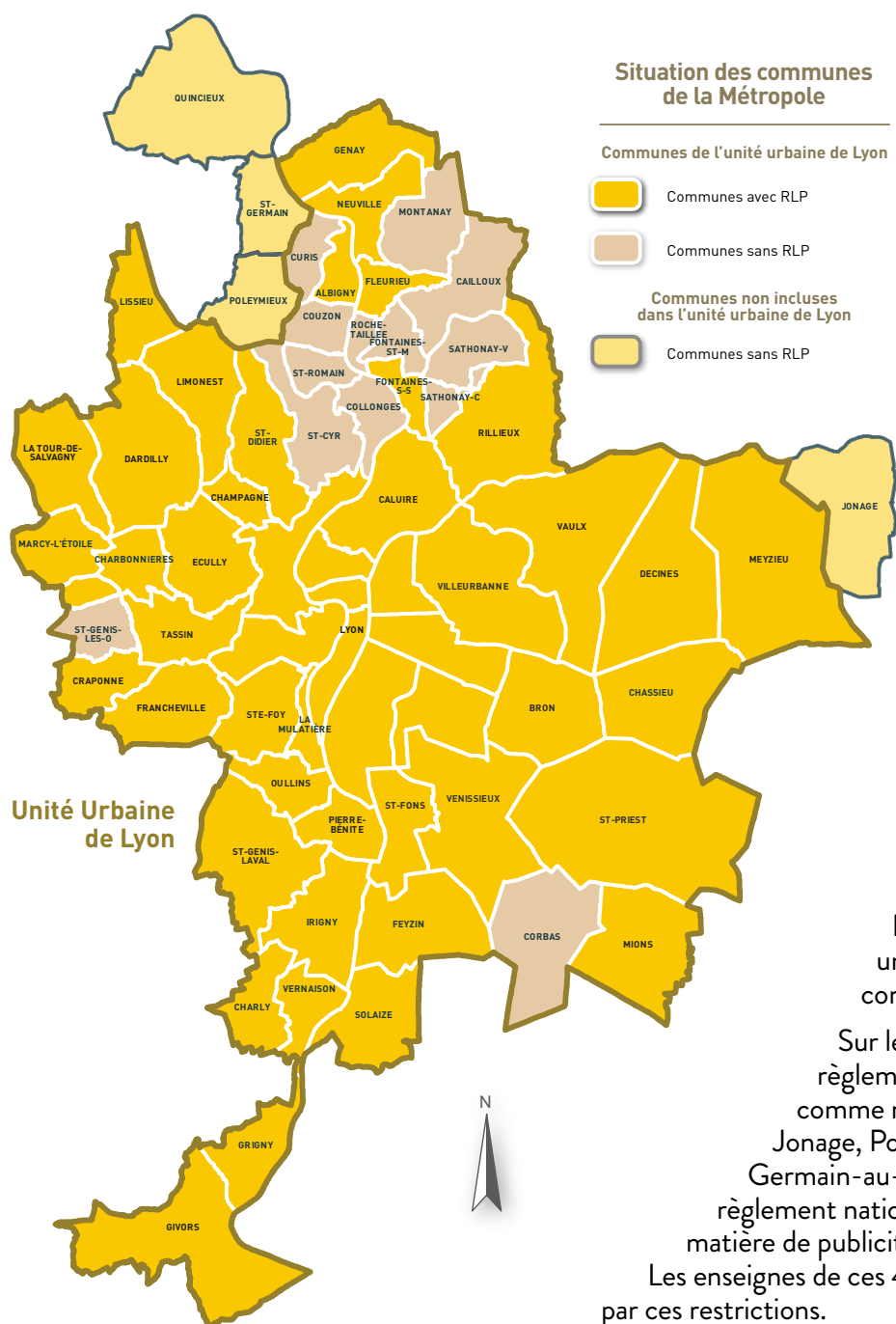
Le jalonnement routier, autoroutier et les panneaux d'information variable sur l'état de la circulation.

Les publicités sur les véhicules de transport en commun, taxis, véhicules personnels lorsque le véhicule n'est pas utilisé ou équipé à des fins essentiellement publicitaires.

La signalétique d'information locale, gérée par les communes, qui permet de jalonner en direction des services publics, des commerces.

ÉLABORATION DU RLP : UNE COLLABORATION ENTRE LA MÉTROPOLE ET LES COMMUNES

Le RLP se construit, maintenant, à l'échelle du territoire de la Métropole de Lyon. Il remplacera les RLP communaux existants. La Métropole met en œuvre un travail de collaboration avec les communes pour prendre en compte l'identité des territoires et les attentes des acteurs locaux.



Situation actuelle

Aujourd'hui, sur les 59 communes de la Métropole de Lyon, 17 dépendent du Règlement national de publicité (code de l'environnement). Les 42 autres communes ont leur propre RLP.

En application de la loi, **en 2020, il n'y aura plus qu'un seul et même RLP pour toutes les communes de la Métropole.**

Ce document sera applicable de suite pour les nouvelles enseignes et les nouveaux panneaux publicitaires. Les enseignes existantes auront un délai de 6 ans pour se mettre en conformité et la publicité 2 ans.

Sur les 17 communes appliquant le règlement national, 4 sont considérées comme rurales par l'INSEE. Ainsi pour Jonage, Poleymieux-au-Mont-d'Or, Saint-Germain-au-Mont-d'Or et Quincieux, le règlement national définit des règles plus strictes en matière de publicité.

Les enseignes de ces 4 communes ne sont pas concernées par ces restrictions.

RÈGLEMENTATION NATIONALE ET RÈGLEMENTATION LOCALE

La Règlementation nationale (RNP) définit des règles valables sur tout le territoire français.

Un RLP a pour objectif d'adapter la règlementation nationale au contexte local.

La Métropole de Lyon estime que la même règle ne peut pas s'appliquer uniformément à tout le territoire, car chaque commune présente des enjeux différents en terme de paysage, de cadre de vie...

Élaborer un RLP consiste à analyser le territoire de la Métropole au regard des enjeux de la publicité et de la signalétique commerciale, économique et des équipements (les enseignes) pour adapter le règlement national de publicité détaillé dans le code de l'environnement, à la diversité des territoires, des paysages, des fonctions de la Métropole.

EXEMPLE

Ce qu'autorise le règlement national :

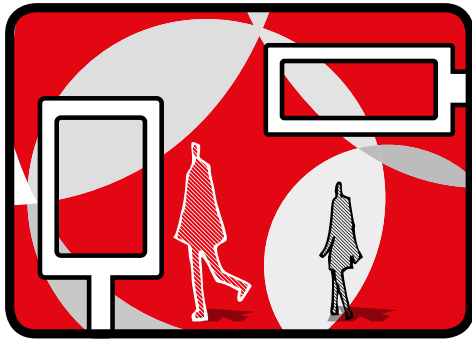
- Panneau de publicité installé sur un mur de bâtiment ou sur une clôture : surface maximale de $12m^2$, hauteur maximale par rapport au sol de 7,5m.
- Panneau de publicité scellé au sol (sur un pied) : surface maximale de $12m^2$, hauteur maximale par rapport au sol de 6m.
- Les enseignes apposées sur une façade commerciale ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade (25 % si la façade fait moins de $50m^2$).

Quelles futures règles dans le règlement local métropolitain ?

- ✓ Comment pouvons-nous adapter cette règle aux différents quartiers, aux villages, aux villes mais aussi aux zones commerciales et aux zones d'activité tout en gardant des règles égales ou plus strictes que celles du RNP ?

PRINCIPE À RETENIR

Le RLP ne peut pas assouplir une règle nationale.
Sauf exception : l'interdiction de publicité dans les périmètres de protection des monuments historiques, des zones patrimoniales et certains périmètres de protection environnementaux peut être partiellement levée par le RLP.



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ MÉTROPOLITAIN

VOUS POUVEZ VOUS EXPRIMER :

- ✓ En écrivant dans le registre que vous trouverez dans ce dossier
- ✓ En envoyant un message à cette adresse : **concertation.rlp@grandlyon.com**
- ✓ En écrivant à la Métropole :

Métropole de Lyon
DDUCV-DSTPU
Service planification
20 rue du Lac
CS 33569
69505 Lyon cedex 03

Retrouvez le dossier sur le site internet de la Métropole :

www.grandlyon.com/projets/concertations-enquetes-publiques.html