

EXTRAIT
DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE - CAVBS

Date de la convocation : 28 juin 2023

Date d'affichage : 11 juillet 2023

Date de publication sur site Internet CAVBS : 11 juillet 2023

Nombre de membres du Conseil : 60

A.R. Télétransmission
Sous Préfecture
069 200 040 590 00016
11 juillet 2023

OBJET : AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE, HABITAT, MOBILITÉS - Règlement Local de Publicité
Intercommunal (RLPi) : Débat sur les orientations

L'an DEUX MILLE VINGT TROIS le CINQ JUILLET

Le Conseil de la Communauté d'Agglomération Villefranche Beaujolais Saône s'est réuni dans
le lieu habituel de ses séances sous la présidence de Monsieur RONZIERE.

PRÉSENTS : AURION Rémy, BAUDU-LAMARQUE Stylite, BEROUJON MOTTA Angèle, BLANC
Muriel, BOIRAUD Patrick, BUTET Catherine, CADI Myriam, CARANO Christine, CHAUMAT
Denis, CHEVALIER Armelle, CHOPIN Marie-Andrée, de LONGEVIALLE Ghislain, DECEUR
Patrice, DUMONTET Jean-Pierre, DUPIT Emmanuel, DUTHEL Gilles, ESPASA Christophe,
GIRIN Pascal, GLANDIER Martine, JAMBON Bernard, JAMBON Michel, LAFORET Edith,
LIEVRE Gaëtan, LIEVRE Patrick, LONGEFAY Fabrice, MATRAY Bernard, PARIOT Véronique,
PARIZOT Stéphane, PARLIER Frédérique, PERRIN Jean-Charles, PHULPIN Patrick, PORTIER
Alexandre, RABOURDIN Catherine, REBAUD Catherine, REBOULE Anne, REVERCHON Jean-
Pierre, REYNAUD Pascale, RONZIERE Pascal, TACHON Gérard, THIEN Michel,
MONTAGNIER Michèle.
Delphine d'HARCOURT (suppléante de Michel TROUVE).

ABSENTS EXCUSÉS / REPRÉSENTÉS : CHOLLAT Françoise (pouvoir à BOIRAUD Patrick),
DUBOST STIVAL Delphine (pouvoir à RONZIERE Pascal), GUIDOUM Kamel (pouvoir à
ESPASA Christophe), JONARD Geneviève (pouvoir à CHAUMAT Denis), LICJ Vassili (pouvoir à
DUPIT Emmanuel), LUTZ Sophie (pouvoir à DUTHEL Gilles), MANDON Olivier (pouvoir à
CADI Myriam), PRIVAT Sylvie (pouvoir à REBAUD Catherine), RAVIER Thomas (pouvoir à
BAUDU-LAMARQUE Stylite), REIX Marie-Laure (pouvoir à CARANO Christine), ROMANET-
CHANCRIN Michel (pouvoir à PERRIN Jean-Charles).
AKSU GIRISIT Keziban, ALLIX Jean-Louis, BERTHOUX Béatrice, FROMENT Benoît, GIFFON
Georges, MOULIN Didier, SEIVE Capucine.

Sur l'invitation du Président, il est procédé à l'élection d'un secrétaire désigné au sein du
Conseil. Madame Frédérique PARLIER ayant obtenu la majorité des suffrages, a été désignée
pour remplir ces fonctions qu'elle a acceptées.

La compétente de la Communauté d'Agglomération Villefranche-Beaujolais-Saône (CAVBS) en matière de
Plan Local d'Urbanisme (PLU) emporte sa compétence pour l'élaboration d'un Règlement Local de
Publicité Intercommunal (RLPi).

L'élaboration d'un RLPi a été engagée par délibération du 23 septembre 2021 de la Communauté
d'Agglomération pour se doter d'un nouvel outil intercommunal en faveur de la protection et de la
valorisation des paysages et du cadre de vie.

En effet, un RLPi édicte des prescriptions à l'égard des publicités, enseignes et pré-enseignes visibles de
toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles plus restrictives que le règlement national peuvent
être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale et, dans une certaine mesure, la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

En application des articles L.581-14-1 du code de l'environnement et L.153-12 du code de l'urbanisme, un débat doit se tenir en Conseil communautaire sur les orientations du projet de RLPI.

Les objectifs du RLPI fixés par la CAVBS dans sa délibération du 23 septembre 2021 sont les suivants :

- adapter le zonage aux nouveaux contours d'agglomération et la localisation de la publicité. Le zonage du futur RLPI doit donc s'adapter rigoureusement aux contours de l'agglomération et prendre en compte les extensions à court terme des zones urbaines, commerciales et d'activités ;
- mettre en valeur les espaces naturels et les entrées de ville ;
- maintenir et améliorer le niveau de protection créé par les RLP actuels ;
- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale (secteurs patrimoniaux remarquables, abords de monuments historiques) ;
- fixer les règles esthétiques pour l'installation des enseignes dans les sites patrimoniaux remarquables et dans les centres villes. L'attractivité peut être renforcée par l'harmonisation des enseignes qui assurera une meilleure mise en valeur de l'architecture. La lisibilité des commerces s'en trouvera améliorée ;
- alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones d'activités et imposer des règles qualitatives. La réduction des surfaces et la diminution de la densité doivent être envisagées ;
- encadrer les dispositifs lumineux. Les publicités et les enseignes numériques peuvent certes donner une image moderne de la ville, mais leur multiplication n'est pas souhaitable pour le cadre de vie et leur présence n'est pas acceptable en tous lieux ;
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale. Au-delà de la quiétude des habitants, les économies d'énergie et la diminution de la pollution lumineuse nocturne constituent un enjeu national.

Au vu du diagnostic réalisé sur le territoire et en fonction de ses spécificités, des grandes orientations en matière d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement ont été définies comme support au futur projet de règlement. Elles ont été présentées en Conférence des Maires.

Ce diagnostic pose les principaux constats suivants :

- Les analyses réglementaires montrent des situations extrêmement variées : sur les 18 communes faisant partie de la CAVBS, 8 appartiennent à l'unité urbaine du Grand Lyon au sens de l'INSEE, ce qui détermine un régime très permissif pour la publicité. Certaines communes sont dotées de RLP, d'autres non. L'étude des RLP communaux a montré que de très bonnes mesures individuelles avaient été prescrites, mais que l'ensemble reste très hétérogène ;
- L'analyse du territoire a mis en avant que suivant la fréquentation des axes qui les traversent ou la présence de centres commerciaux, certaines villes sont très impactées par la publicité, d'autres le sont très peu. 93 % de la publicité recensée est implantée dans les cinq villes de la polarité urbaine ;
- Certaines entrées de ville et abords des axes structurants voient leur qualité dégradée par une densité importante voire une présence anarchique de la publicité ;
- Les panneaux publicitaires et les enseignes sont très hétéroclites, et globalement mal adaptés à leur environnement ;
- Le procédé numérique, tant pour les enseignes que les publicités, est présent sur le territoire. Il peut éventuellement être accepté mais est peu encadré. Depuis la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, les dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines peuvent être pris en compte par le RLPI ;
- Les zonages devront être adaptés aux évolutions de l'urbanisation ;
- La publicité est quasi-inexistante sur les communes rurales ;
- Le RLPI doit être l'outil d'une préservation de sites à forte valeur patrimoniale et des paysages urbains. Cette préservation doit être contextualisée et modulée selon l'intérêt de lieux pour trouver le bon équilibre entre la volonté de favoriser l'essor économique local en permettant aux entreprises de se signaler et le souci de valoriser le cadre de vie ;

- La synthèse des études a permis d'identifier 6 typologies de lieux et d'y associer les premiers enjeux :
 - le patrimoine naturel ;
 - le patrimoine bâti ;
 - les axes structurants et les entrées de ville de la polarité urbaine ;
 - les zones d'activités économiques et commerciales des communes rurales ;
 - la polarité urbaine ;
 - les communes rurales.

Ces différentes données ont permis de définir les orientations suivantes pour le futur RLPI.

▪ Pour la publicité :

Il est proposé de retenir une approche territoriale qui s'appuie sur celle affichée dans le PLUi-H en cours d'élaboration. Il s'agit de prendre en compte les différences entre la polarité urbaine et les communes rurales. S'appuyer sur l'appartenance ou non des communes à l'unité urbaine de Lyon semble moins en lien avec les caractéristiques territoriales.

Territorialisation retenue	
Communes rurales	Polarité urbaine
Règlement National de Publicité + règles des communes hors Unité Urbaine pour les communes de Cognin, Denicé et Lacenas	Règles proposées

Sur tout le territoire, il est proposé de retenir les orientations suivantes.

- Limiter la densité des dispositifs :

Les règles actuelles du Règlement National de Publicité n'empêchent pas totalement la multiplication de panneaux sur un même emplacement. Elles doivent être renforcées par des règles de densité adaptées.

- Autoriser raisonnablement la publicité sur mobilier urbain dans les secteurs protégés :

Le mobilier urbain publicitaire rend un service aux usagers des voies publiques. Pour autant, ces mobiliers ne doivent pas porter atteinte aux secteurs protégés au titre du code de l'environnement. Il est proposé de proposer des règles qui encadrent la publicité sur le mobilier urbain.

- Encadrer la publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines :

La loi Climat et Résilience permet de la réglementer en nombre et en surface sans toutefois pouvoir l'interdire ; il est donc proposé de travailler sur une réglementation de la publicité lumineuse.

- Élargir la plage des horaires d'extinction :

La réduction de la facture énergétique nationale ainsi que la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à exiger, sur le territoire, une extinction des publicités sur une plage horaire plus importante que celle fixée par la norme nationale (1h/6h).

- Organiser et maîtriser la publicité aux entrées de ville :

Première perception des visiteurs arrivant sur la métropole, ces espaces doivent être aménagés.

- Réduire la surface des dispositifs :

La réduction des surfaces de la publicité est à l'ordre du jour dans un projet de décret. L'anticipation sur ce projet permet de contribuer à approuver un règlement déjà adapté à cette future réglementation.

- Organiser la publicité dans les secteurs résidentiels

La surface des publicités doit être adaptée aux lieux afin de mieux les intégrer. Elle doit être diminuée par rapport aux règles du code de l'environnement.

- Exiger une qualité de matériel :

L'esthétique des dispositifs publicitaires et la qualité de leur conception qui assure leur pérennité renforcent leur intégration dans le paysage. La suppression d'éléments rapportés contribuera à cette intégration.

- Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non de la publicité numérique :

Ce nouveau procédé publicitaire a un impact important sur le cadre de vie, en raison de sa forte luminosité.

La collectivité ne souhaite pas l'accepter partout et veut limiter sa surface.

▪ **Pour les enseignes sur tout le territoire :**

- Poursuivre la politique de qualité des enseignes dans les centres bourgs :

Les enseignes, par leur nombre restreint, leurs dimensions limitées, leurs qualités esthétiques et leur insertion dans les façades contribueront à la mise en valeur de la qualité architecturale du centre ancien.

- Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires et organiser leur implantation :

Ces enseignes s'inscrivent dans les perspectives urbaines et leur positionnement ou leur nombre peut perturber ces vues. Leur organisation est donc nécessaire.

- Harmoniser le format des enseignes scellées au sol :

À la différence des enseignes sur façade, ces dispositifs ont un fort impact sur l'environnement, n'étant pas supportés par un obstacle visuel existant (mur, façade etc.). Le code de l'environnement limite à une seule les enseignes de ce type par voie bordant l'établissement. Au-delà du nombre, il est proposé de définir des règles concernant leur surface et leur forme pour minimiser cet impact.

- Encadrer les dimensions des enseignes numériques et les secteurs où elles seraient admises :

Le règlement national ne prévoit pas d'autres règles pour les enseignes numériques que celles applicables à toutes les autres enseignes. Le règlement local de publicité doit limiter les catégories et les dimensions des enseignes numériques.

- Encadrer les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines :

La loi Climat et Résilience permet de les réglementer en nombre et en surface sans toutefois pouvoir les interdire ; il est proposé de travailler sur une réglementation des enseignes lumineuses.

- Élargir la plage des horaires d'extinction des enseignes lumineuses :

Pour les mêmes motifs que la publicité et dans une volonté d'harmonisation, la plage d'extinction nocturne sera étendue de manière identique.

La procédure d'élaboration du RLPI est identique à celle du PLU, qui prévoit la tenue d'un débat sur les orientations en Conseil communautaire puis dans les Conseils municipaux des communes membres.

Vu :

- L'article L.5211-1 du code des collectivités territoriales ;
- L'article L.581-14-1 du code de l'environnement ;
- L'article L.153-12 du code de l'urbanisme ;
- La délibération du Conseil communautaire en date du 23 septembre 2021 portant sur la prescription de l'élaboration du RLPI ;
- L'avis de la commission ;
- L'avis du Bureau ;
- Le rapport ci-dessus.

Le Conseil communautaire, après avoir délibéré, décide à l'unanimité :

Article 1 : de prendre acte que le débat sur les orientations générales du RLPI de la Communauté d'Agglomération Villefranche-Beaujolais-Saône s'est déroulé.

Pascal RONZIERE

Président

