

**Annexe 1 - PV de synthèse  
et mémoire en réponse**

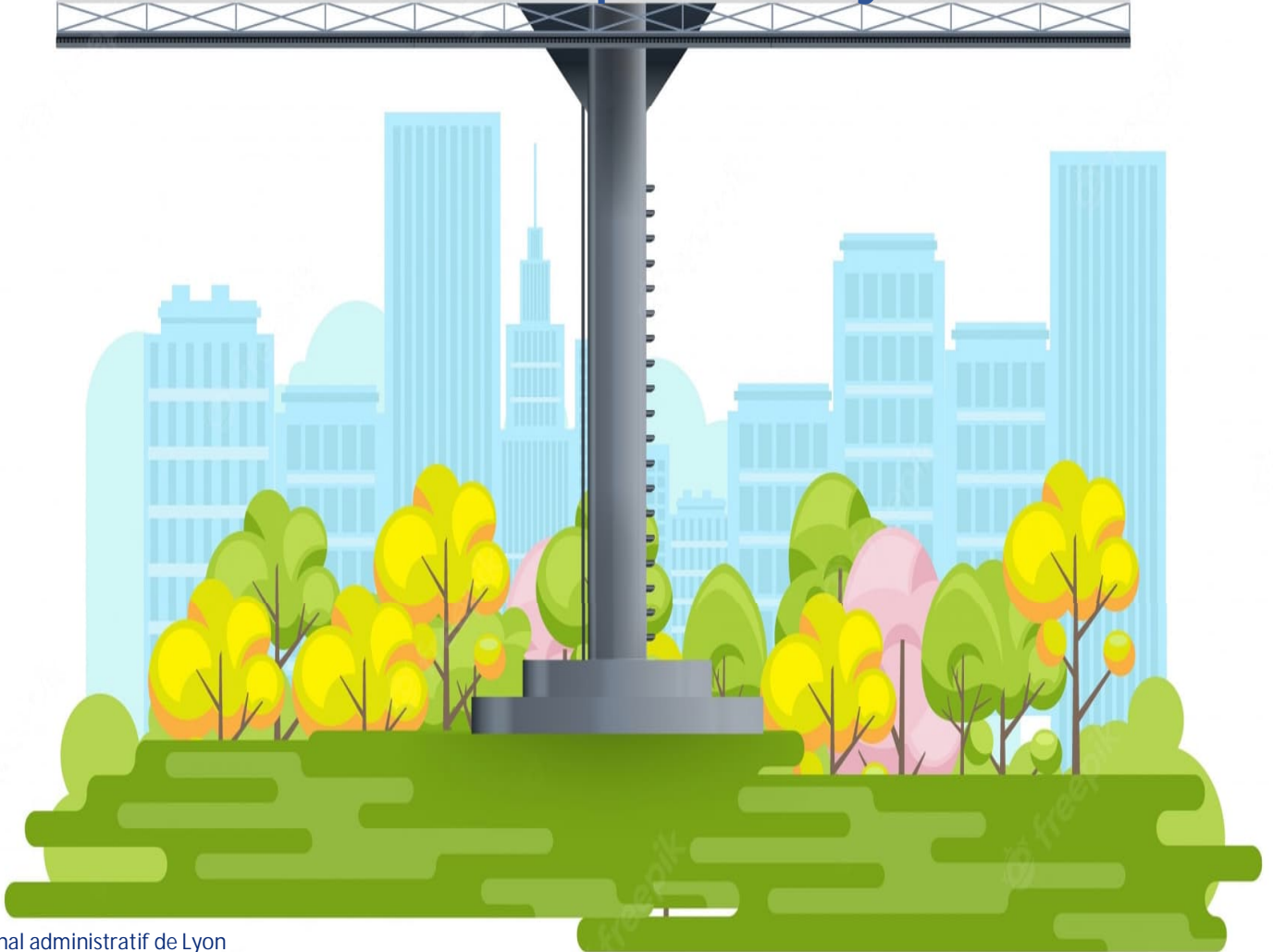
# Enquête publique

du lundi 19/09/2022 au mercredi 19/10/2022

Relative au projet d'élaboration du

## Règlement local de publicité (RLP)

de la Métropole de Lyon



<b>Préambule</b> .....	<b>4</b>
Contexte réglementaire .....	4
Objet du procès-verbal de synthèse.....	4
Report des dates.....	4
Méthodologie utilisée par la commission .....	4
Organisation du procès-verbal de synthèse.....	5
<b>Bilan succinct de l'enquête publique</b> .....	<b>5</b>
Permanences.....	5
<b>Le public</b> .....	<b>6</b>
Les contributions.....	6
Les observations.....	8
<b>Les communes, l'Etat et les PPA</b> .....	<b>9</b>
Les avis des communes de la Métropole : .....	9
Les avis des communes limitrophes .....	10
Les avis de l'Etat et les PPA.....	10
Les observations des communes, de l'Etat et des PPA.....	11
<b>Synthèse des observations</b> .....	<b>12</b>
<b>Thème 1 : La publicité extérieure en général</b> .....	<b>12</b>
<b>Thème 2 : Zonage</b> .....	<b>13</b>
Thème 2.1 : Principes de zonage.....	13
Thème 2.2 : Choix de zonage territorialisé .....	14
<b>Thème 3 : Règles relatives aux dispositions matérielles</b> .....	<b>14</b>
Thème 3.1 : Publicités et préenseignes (hors dispositifs lumineux, bâches et mobilier urbain).....	14
Thème 3.2 : Enseignes (hors dispositifs lumineux, bâches et mobilier urbain).....	16
<b>Thème 4 : Dispositifs lumineux (incluant le numérique et les écrans dans les vitrines)</b> .....	<b>17</b>
Thème 4.1 : Dispositifs lumineux (hors numériques) .....	17
Thème 4.2 : Dispositifs numériques (dont écrans dans les vitrines) .....	19
<b>Thème 5 : Bâches et grands formats</b> .....	<b>20</b>
<b>Thème 6 : Mobilier urbain</b> .....	<b>21</b>
<b>Thème 7 : Effets du RLP sur le patrimoine</b> .....	<b>22</b>
<b>Thème 8 : Effets économiques du RLP</b> .....	<b>23</b>
Thème 8.1 : Sur les professionnels (fabricants/diffuseurs).....	23
Thème 8.2 : Sur les annonceurs (pour ce qui concerne la mise aux normes de leurs divers affichages et la perte de visibilité de leur établissement) .....	24
Thème 8.3 : Sur les collectivités .....	24

<b>Thème 9 : Documents du RLP</b> .....	25
Thème 9.1 : Rapport de présentation : objectifs et orientations du projet.....	25
Thème 9.2 : Règlement.....	25
Thème 9.3 : Documents territorialisés .....	27
<b>Thème 10 : Procédure d'élaboration</b> .....	27
Thème 10.1 : Concertation .....	27
Thème 10.2 : Dossier d'enquête.....	28
Thème 10.3 : Déroulement de l'enquête.....	28
<b>Thème 11 : Autre</b> .....	29
<b>Thème 12 : Hors champ</b> .....	29
<b>Suite à donner au PV</b> .....	30
<b>Annexes au procès-verbal de synthèse</b> .....	30

## Préambule

### Contexte réglementaire

Le procès-verbal de synthèse des observations, étape importante de l'enquête publique, constitue un moment fort de communication entre la commission d'enquête et le maître d'ouvrage sur les expressions du public, de l'Etat, de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS), des personnes publiques associées et des communes<sup>1</sup>. Il est régi par l'article R 123-18 du code de l'environnement qui indique qu'après « clôture des registres d'enquête, le président de la commission d'enquête rencontre, dans un délai de huit jours, le responsable du projet, plan ou programme et lui communique les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse. Le délai de huit jours court à compter de la réception par le président de la commission d'enquête des registres d'enquête et des documents annexés. Le responsable du projet, plan ou programme dispose d'un délai de quinze jours pour produire ses observations ».

### Objet du procès-verbal de synthèse

Ce document doit permettre au responsable du projet ou plan d'avoir une bonne connaissance des préoccupations et suggestions du public. Il est aussi le moyen pour la commission de lui faire part, à l'issue de l'enquête publique, des différentes interrogations nées de son analyse du dossier, des avis des PPA et des observations recueillies.

Par le procès-verbal de synthèse, la commission sollicite les réponses du maître d'ouvrage sur les différents points soulevés.

### Report des dates

Pendant l'enquête, la commission d'enquête a constaté qu'un nombre important de contributions serait déposé par le public. La décomposition de ces contributions en observations unitaires ainsi que leur analyse et leur synthèse ne pouvaient objectivement être réalisées dans le délai réglementaire de 8 jours prévu par le code de l'environnement.

Compte-tenu de ces éléments et afin de permettre à la commission de conduire les analyses dans des conditions satisfaisantes et conformément aux dispositions de l'article L. 123-15 du code de l'environnement, un report du délai de remise du présent procès-verbal au 10/11/2022 précédé d'un envoi électronique à la date du 4/11/2022 a été sollicité auprès du président de la Métropole par courrier du 22/10/2022, réceptionné par la Métropole le 26/10/2022, et a été accepté oralement par les services (courrier en instance).

### Méthodologie utilisée par la commission

Les contributions du public ont été décomposées en observations. Chaque observation est classée par thème, puis résumée dans l'application informatique que la commission partage avec la Métropole.

---

<sup>1</sup> L'Etat, la CDNPS, les personnes publiques associées et les communes seront ensuite désignées sous le générique de PPA.

Les avis exprimés sur le projet par les PPA ont été également décomposés en observations, classées selon le même principe que les contributions du public et intégrées dans l'application informatique.

La commission a établi une synthèse, par thème des observations formulées et des sujets principaux sur lesquels elles ont porté, en la complétant le cas échéant par ses propres questions.

## Organisation du procès-verbal de synthèse

Après un bilan chiffré succinct de l'enquête publique en partie 2, le présent procès-verbal établit, en partie 3, une synthèse par thème des observations du public et des avis des PPA.

Au sein de chaque thème, sont soulignés les points qui ressortent de la synthèse de l'ensemble des observations émises puis les éventuelles questions complémentaires que la commission pose à la Métropole.

La Métropole a la possibilité de répondre à chaque question dans le paragraphe intitulé :

« [Réponse de la Métropole](#) ».

## Bilan succinct de l'enquête publique

### Permanences

13 permanences au total ont été tenues en présentiel par les membres de la commission.

Les permanences ont permis de recevoir 18 personnes individuellement ou en groupe, dans le cadre de 10 entretiens.

Lieu	Date	Heure	Nombre de personnes	Nombre d'entretiens
Mairie de Francheville	Mardi 20/09/22	14h à 17h		0
Métropole de Lyon	Jeudi 22/09/22	10h à 13h		0
Mairie de Sathonay-Camp	Lundi 26/09/22	14h à 17h	1	1
Hôtel de la Métropole	Mardi 27/09/22	9h30 à 12h30		0
Mairie de Feyzin	Samedi 1/10/22	9h30 à 12h00		0
Mairie de Villeurbanne	Lundi 3/10/22	9h à 12 h		0
Mairie de Dardilly	Jeudi 6/10/22	13h30 à 16h30	1	1
Mairie de Genay	Samedi 8/10/22	9h à 11h30		0
Mairie de Saint-Priest	Lundi 10/10/22	14h à 17h	1	1
Ville de Lyon, DECA	Jeudi 13/10/22	9h à 12h		0
Mairie de Vernaison	Vendredi 14/10/2022	9h à 12h	4	2
Mairie de Décines-Charpieu	Lundi 17/10/22	14h à 17h	8	3
Hôtel de la Métropole	Mercredi 19/10/22	13h à 16h	3	2
Total	10		18	10

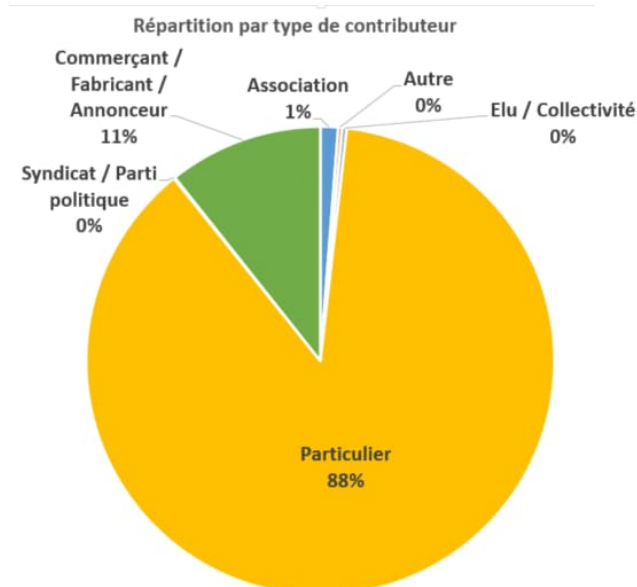
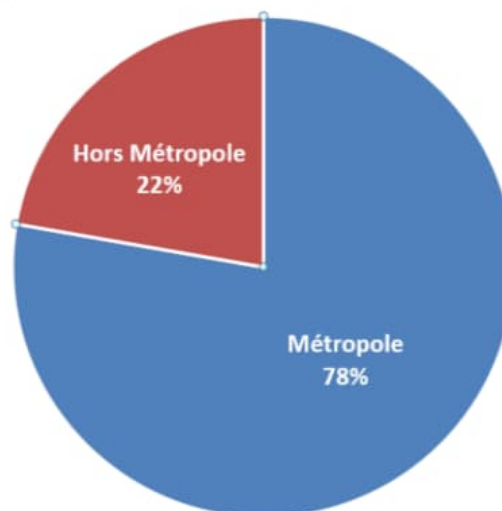
## Le public

### Les contributions

Parmi les 2215 contributions du public, 2 ont été écartées. La contribution n°1 correspond au test de la commission et la n°2213 a été déposée le 22 octobre hors délai. En effet, le contributeur a ouvert le formulaire le 15 octobre lorsqu'il était encore accessible et a déposé sa contribution plusieurs jours après la fermeture du registre.

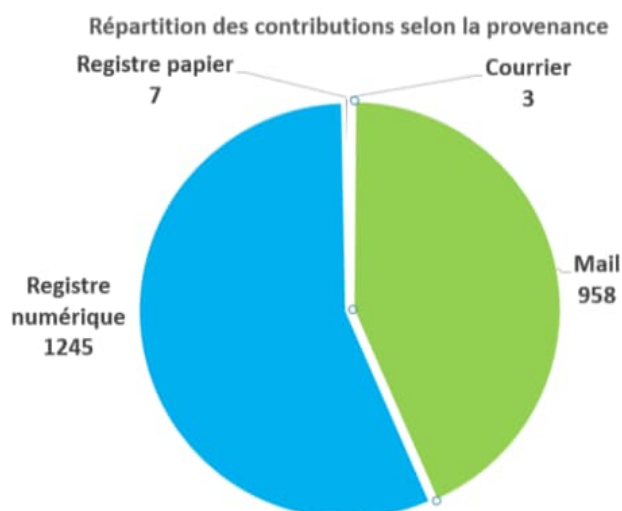
Les adresses déclarées par les contributeurs (60% des contributions) montrent que l'enquête publique a principalement mobilisé les habitants de la Métropole de Lyon (78 % des adresses déclarées sont métropolitaines).

Répartition des contributeurs ayant fourni leur adresse



La répartition des contributions par provenance dénombre seulement 10 contributions « papier » (registre papier ou courrier postal), le public s'est très majoritairement exprimé par voie électronique.

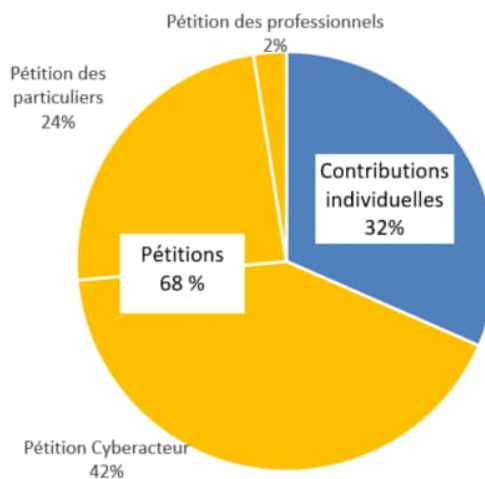
Concernant la typologie des contributeurs, les particuliers représentent près de 88 % de la participation. Les commerçants, fabricants, professionnels de la filière ou annonceurs représentent 11 %.



Sur les 2213 contributions « validées », 1514 ont été rattachées à des pétitions (texte identique à la contribution de référence<sup>2</sup>) ou des phénomènes quasi pétitionnaires (texte reprenant tout ou partie de la contribution « mère ») selon la répartition suivante :

- Pétition Cyberacteur : 929 contributions (Contribution de référence E520)
- Pétition n°1 des particuliers : 529 contributions (Contribution de référence @389)
- Pétition n°1 des professionnels : 56 contributions (contribution de référence @141)

Répartition entre pétitions et contributions individuelles



Dans ce cas, seule la contribution de référence est thématiquée. Les autres sont découpées en une seule observation qui indique le numéro de la contribution de référence.

On dénombre également une vingtaine de doublons de contributions (même nom du contributeur et même texte) qui ne sont pas non plus thématiqués.

<sup>2</sup> La contribution de référence d'une pétition ou d'un phénomène quasi pétitionnaire, est la plus complète.

## Les observations

Les contributions ont été découpées en 3016 observations (les contributions des pétitions en dehors de leur contribution de référence, les contributions identiques ou les doublons ne sont pas thématiques).

La répartition des observations thématiques est la suivante :



Les thèmes abordés pour chaque pétition sont les suivants :

- Pétition Cyberacteur : Thème 1 et 4.1
- Pétition n°1 des particuliers : Thème 1, 3.1, 4.1, 4.2, 5 et 9.1 ;
- Pétition n°1 des professionnels : Thème 3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 5, 8.1, 9.1, 9.2, 9.3 et 10.1.

En résumé :

Type	Nombre de contributions	Nombre d'observations
Contributions du public hors pétition	699	1485
Pétition de l'association Cyber acteur	929	931
Pétition n°1 des particuliers	529	534
Pétition n°1 des professionnels	56	66
Total	2213	3016



## Les communes, l'Etat et les PPA

### Les avis des communes de la Métropole :

- 42 ont émis un avis favorable dont 12 avec des demandes ou des commentaires ;
- 10 ont donné un avis défavorable ;
- L'avis des 7 communes qui n'ont pas répondu est réputé favorable.

Communes de la Métropole	Réponse Date	Avis	Favorable avec remarque(s)
Albigny-sur-Saône	15/02/22	Favorable	
Bron	03/02/22	Défavorable	
Cailloux-sur-Fontaines	17/01/22	Favorable	
Caluire-et-Cuire	28/02/22	Défavorable	
Champagne-au-Mont-d'Or	10/02/22	Favorable	
Charbonnières-les-Bains	27/01/22	Favorable	
Charly		Tacite favorable	
Chassieu	24/02/22	Favorable	Oui
Collonges-au-Mont-d'Or	31/01/22	Favorable	Oui
Corbas	10/03/22	Favorable	Oui
Couzon-au-Mont-d'Or	08/03/22	Favorable	
Craponne	07/02/22	Favorable	Oui
Curis-au-Mont-d'Or	26/01/22	Favorable	
Dardilly	01/02/22	Favorable	
Décines-Charpieu	09/02/22	Défavorable	
Ecully	08/02/22	Favorable	Oui I
Feyzin		Tacite favorable	
Fleurieu-sur-Saône	25/01/22	Favorable	
Fontaines-Saint-Martin	27/01/22	Favorable	
Fontaines-sur-Saône	27/01/22	Favorable	Oui
Francheville	10/02/22	Défavorable	
Genay	27/01/22	Favorable	
Givors		Tacite favorable	
Grigny	04/03/22	Défavorable	
Irigny	27/01/22	Favorable	
Jonage	26/01/22	Favorable	
La Mulatière		Tacite favorable	
La Tour de Salvagny	27/01/22	Favorable	
Limonest	10/02/22	Favorable	Oui
Lissieu	07/02/22	Favorable	
Lyon	27/01/22	Favorable	
Marcy l'Etoile	10/03/22	Favorable	
Meyzieu	10/02/22	Favorable	
Mions	20/01/22	Favorable	
Montanay	20/01/22	Favorable	Oui
Neuville-sur-Saône	24/02/22	Favorable	

Communes de la Métropole	Réponse Date	Avis	Favorable avec remarque(s)
Oullins	10/02/22	Favorable	Oui
Pierre-Bénite		Tacite favorable	
Poleymieux-au-Mont d'Or	24/01/22	Favorable	
Quincieux		Tacite favorable	
Rillieux-la-Pape	10/02/22	Défavorable	
Rochetaillée-sur-Saône	10/02/22	Favorable	
Saint-Cyr-au-Mont-d'Or	08/02/22	Favorable	
Saint-Didier-au-Mont-d'Or	26/01/22	Favorable	
Sainte-Foy-lès-Lyon	03/02/22	Défavorable	
Saint-Fons	27/01/22	Favorable	
Saint-Genis-Laval	27/01/22	Favorable	Oui
Saint-Genis-les-Ollières	10/03/22	Favorable	
Saint-Germain-au-Mont-d'Or		Tacite favorable	
Saint-Priest	24/02/22	Défavorable	
Saint-Romain-au-Mont-d'Or	25/01/22	Favorable	
Sathonay-Camp	27/01/22	Favorable	
Sathonay-Village	22/01/22	Favorable	
Solaize	08/02/22	Défavorable	
Tassin-la-Demi-Lune	09/02/22	Défavorable	
Vaulx-en-Velin	10/02/22	Favorable	OUI
Vénissieux	31/01/22	Favorable	OUI
Vernaison	22/02/22	Favorable	
Villeurbanne	28/02/22	Favorable	OUI

## Les avis des communes limitrophes

Deux communes limitrophes ont répondu.

Communes limitrophe	Réponse Date	Avis
Brignais	21/03/22	Pas d'observation
Loire-sur-Rhône	24/01/22	Favorable

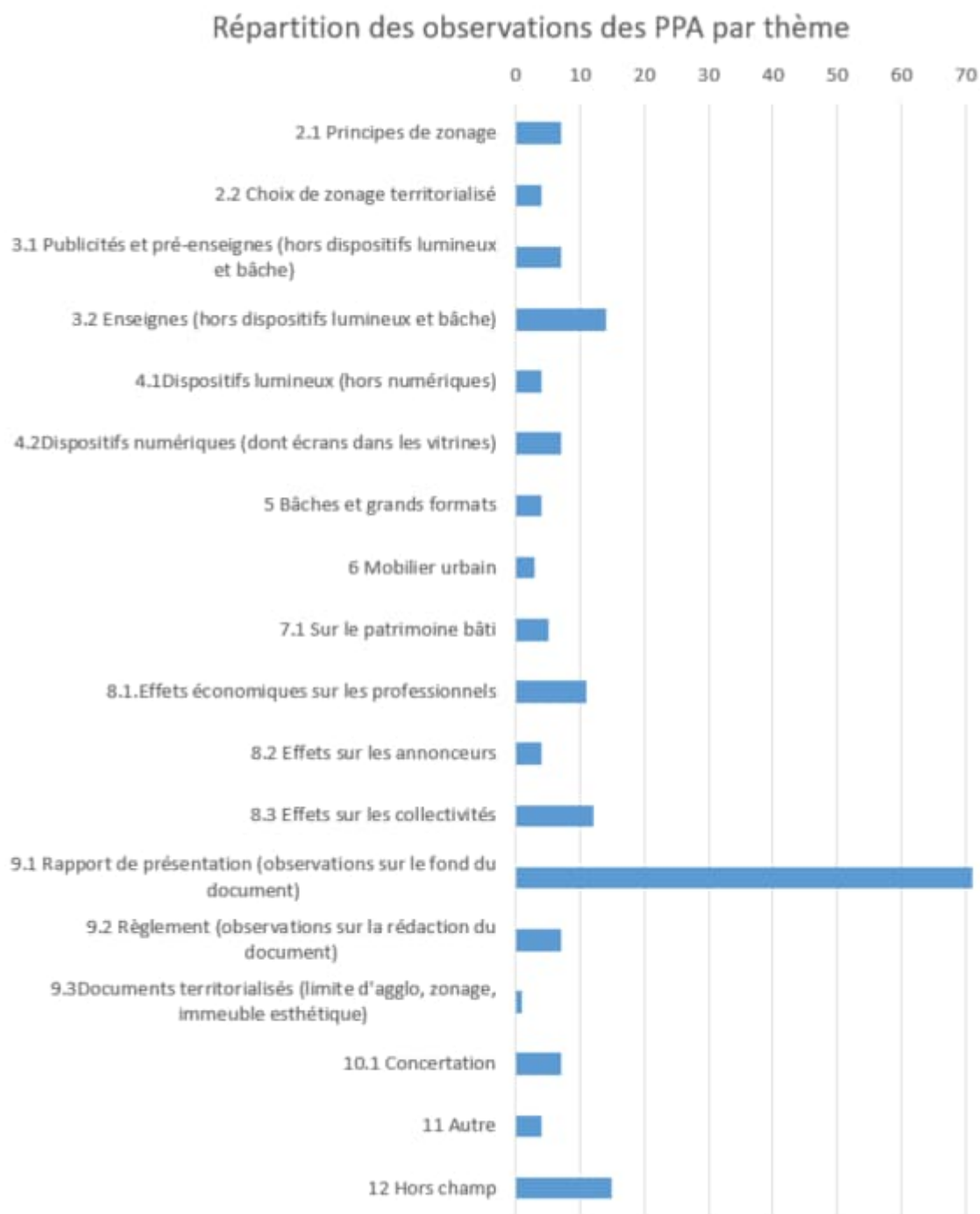
## Les avis de l'Etat et les PPA

Les PPA ont émis un avis :

PPA	Réponse Date	Avis
Etat	16/03/22	Défavorable
Région ARA		Pas d'avis émis
Chambre commerce (CCI)	09/03/22	Défavorable
Chambre métiers et de l'Artisanat (CMA)	16/03/22	Favorable
Chambre agriculture	24/01/22	Favorable
SEPAL	04/02/22	Favorable
SYTRAL	10/03/22	Favorable
CDNPS	27/04/22	Défavorable

## Les observations des communes, de l'Etat et des PPA

Comme pour les contributions du public, les avis des PPA ont été découpés en observations dont la répartition thématique est la suivante :



## Synthèse des observations

En préambule de la synthèse thématique des observations, la commission tient à préciser les points suivants :

- Lors du découpage des contributions, les observations ne concernant pas le RLP ont été thématiques « hors champ » de l'enquête (thème 12) ;
- Le présent procès-verbal de synthèse comprend en annexe la liste de toutes les observations. Cette annexe n'est pas formellement jointe au présent document dans la mesure où toutes les observations sont disponibles sur l'application du registre numérique. Elles sont donc en permanence à la disposition de la Métropole ou de la commission en fonction de leur stade d'instruction.

La commission attend toutefois que la Métropole apporte une réponse ou un commentaire à chacune de ces observations et aux sujets soulevés dans la synthèse thématique.

### Thème 1 : La publicité extérieure en général

Ce thème porte sur la philosophie de la publicité extérieure en général par rapport au cadre de vie et à la pollution visuelle, aux enjeux de la publicité quant au changement climatique, à la transition écologique ainsi qu'à la consommation en général. Il ne concerne pas explicitement le RLP arrêté, document formellement objet de l'enquête publique.

Ce thème a fait l'objet de près de 200 observations de la part du public (hors pétition). Il est également repris en introduction de chacune des 2 pétitions du public (pétition 1 des particuliers, pétition cyberacteur). Ce thème n'est abordé dans aucune contribution des PPA. La quasi-totalité des observations sur ce thème exprime une vision négative de la publicité extérieure considérée globalement comme une agression, une pollution visuelle et une nuisance au regard des enjeux environnementaux et du réchauffement climatique, car énergivore et incitant à la surconsommation. Les contributeurs qui se sont ainsi exprimés demandent un encadrement plus fort de la publicité extérieure, la réduction de sa place et de son emprise dans l'espace public, voire son interdiction. Quelques observations néanmoins soulignent l'intérêt porté sur la publicité extérieure en tant que vecteur d'information et espace de création et qu'elle participe au lien social.

Certains considèrent que les restrictions sur la publicité extérieure en général favoriseraient le commerce en ligne et les GAFAM (Google Amazon Facebook Apple Microsoft) et ne s'inscriraient pas dans les circuits courts de consommation et la promotion du commerce local. L'inquiétude exprimée par les professionnels de la publicité et les commerçants sur les emplois locaux est développée aux thèmes 8.1 et 8.2.

Sur ce thème, la commission ne sollicite pas la Métropole pour disposer d'éléments supplémentaires aux réponses qu'elle fera à chacune des observations unitaires

## Thème 2 : Zonage

### Thème 2.1 : Principes de zonage

Ce thème porte sur le nombre de zones et le découpage général opéré. Il a été l'objet d'une vingtaine d'observations et n'a jamais été abordé dans les pétitions mais il est l'objet d'observations de la part du Préfet du Rhône, de la Ville de Lyon, de l'Union de la publicité extérieure et de Paysages de France.

Les observations soulignent plusieurs points de faiblesse dans les principes de zonage :

- Le nombre de zones est globalement trop grand, ce qui entraîne des difficultés de lecture des plans et nuit à la compréhension des règles ;
- Une simplification du nombre de zones est souhaitée, les suggestions du nombre de zones variant selon les observations, avec une proposition de ne pas créer des zones d'axes routiers mais plutôt de les intégrer à la zone du tissu traversé ;
- Pour les bâtiments / activités coupés par une limite de zones, quelle est la zone à considérer ?
- Pour les bâtiments dont la façade est sur un trait de limite de zone, quelle est la zone à considérer.

Il est attendu de la Métropole qu'elle précise la réflexion qui conduit au nombre de zones retenues et qui justifie qu'un nombre de zones plus restreint ne soit pas judicieux. La commission s'interroge également, pour simplifier les règles, sur une numérotation du zonage à deux niveaux (ex zone 5 : les axes de déplacement avec 5.1 en zones urbaines peu hautes et 5.2 avec plus grande hauteur...).

Afin de faciliter l'interprétation du document et son usage opérationnel à terme, il est souhaité que le document soit judicieusement complété pour préciser le cas des bâtiments / activités coupés par une limite de zones et les dispositions applicables aux façades sur trait de limite de zone.

#### Réponse de la Métropole :

Le territoire urbain de la Métropole est très varié, avec une multiplicité de tissus urbains, conjuguée aux caractéristiques géographiques des sites (reliefs créant des vues lointaines, corridors créés par les fleuves et les vallons, ...).

Après les premières études, à partir du zonage du PLUH et définissant un principe de 16 zones, la simplification du zonage du RLP a permis une réduction de leur nombre à 8, avant que des demandes communales de gestion particulière des zones économiques très paysagères entraînent la création d'une 9<sup>ème</sup> zone.

Par ailleurs, le RLP définit des règles d'une part pour les dispositifs publicitaires, d'autre part pour les enseignes des activités. Ainsi pour chaque typologie de tissus urbains et d'espaces végétalisés, porteurs d'enjeux spécifiques, deux volets réglementaires sont étudiés. Par exemple, dans les zones 3 et 4, pour lesquelles les mêmes règles s'appliquent aux publicités, il a été considéré que les enjeux portés par les enseignes étaient différents dans ces deux territoires.

Réduire le nombre de zones aurait forcément réduit l'effet du RLP sur l'amélioration du cadre de vie. Réduire le nombre de zones impliquerait un nivellement des règles, soit plus strictes, soit plus souples, qui ne permettrait plus de répondre à l'objectif de prise en compte de la diversité des territoires.

L'objectif de la Métropole a été de trouver un équilibre entre les attentes de 59 communes et la construction d'une équité territoriale, et ce malgré des demandes de certaines communes de traitement règlementaire particulier.

L'organisation en zones principales et sous-zones ou seulement en zones principales ne changera pas sur le fond le nombre de règles écrites.

La Métropole prépare la production d'outils d'aide à l'application du RLP : guide et fiches pratiques, ...

La remarque sur les précisions à apporter à l'application du zonage, notamment pour les deux cas particuliers cités, sera prise en compte

## Thème 2.2 : Choix de zonage territorialisé

Ce thème traite des choix locaux de zonage. Une vingtaine d'observations a été émise sur le sujet sans être abordé dans les pétitions.

Plusieurs demandes d'ajustements ponctuels de zonages sont sollicitées ; ces observations proviennent principalement des collectivités.

Sur ce thème, la commission ne sollicite pas la Métropole pour disposer d'éléments supplémentaires aux réponses qu'elle fera à chacune des observations unitaires.

## Thème 3 : Règles relatives aux dispositions matérielles

Les règles relatives aux dispositions matérielles des publicités, enseignes et préenseignes (hors dispositifs lumineux, bâches & grands formats et mobilier urbain) recouvrent les notions de taille, hauteur, support, emplacement, fixation ou encore densité.

### Thème 3.1 : Publicités et préenseignes (hors dispositifs lumineux, bâches et mobilier urbain)

Près de 90 observations ont été émises sur le sujet des dispositions matérielles relatives aux publicités et préenseignes, dont le Préfet du Rhône, la pétition des professionnels, la pétition 1 des particuliers, les associations Paysages de France et Plein la vue et encore les syndicats professionnels Union de la publicité extérieure et Syndicat national de la publicité extérieure. Ce sujet a donc fortement mobilisé des sensibilités différentes autour de quelques éléments spécifiques.

En liminaire, il convient de souligner l'observation de l'Etat qui considère que le cumul des règles et les dispositions de taille conduisent « à des possibilités extrêmement réduites d'installer des publicités ou préenseignes scellées au sol ou apposées sur support ».

#### Taille des panneaux

Le sujet de la taille des panneaux est celui qui a recueilli le plus d'observations au sein du thème, avec une demande assez généralisée émanant de particuliers, autour de la réduction de la taille des dispositifs. Cependant, il semble que cette demande s'apparente souvent à un souhait relatif à la place de la publicité et des présenseignes plutôt qu'aux dispositions prévues par le RLP (demande de suppression des 4\*3 et des 8m<sup>2</sup>).

En revanche, quelques observations, surtout des professionnels et leurs syndicats mais aussi certains particuliers, manifestent des désaccords sur les dimensions retenues dans le projet. Un argument général souligne que la limitation de la taille des panneaux à 2 ou 4 m<sup>2</sup> selon les zones, conduit à

l'élimination des dispositifs publicitaires. Plus expressément encore, des demandes précises sont sollicitées par plusieurs :

- En zones 5 et 6, 8 et 9, autoriser une taille de 8m<sup>2</sup> ;
- En zones 3 et 4, hors périmètre UNESCO, autoriser les panneaux jusqu'à 4 m<sup>2</sup>.

La commission, constatant que le projet prévoit d'autoriser des dispositifs scellés au sol ou sur support de 2 m<sup>2</sup> en zones 5 et 9 et 4 m<sup>2</sup> en zones 6 et 8, interroge la Métropole sur la réelle lisibilité des publicités et préenseignes précitées depuis l'espace public et donc l'intérêt pour les annonceurs à maintenir leur affichage.

#### Réponse de la Métropole :

Il existe aujourd'hui déjà des dispositifs publicitaires, hors mobilier urbain, de 4m<sup>2</sup> : ce format est le gabarit maximal autorisé dans les agglomérations communales de moins de 10.000 habitants, ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants. Toutes les zones rurales et semi-rurales de France, représentant environ 30% de la population française et plus de 80% du territoire français, sont soumises à ce format maximal.

Tout message promotionnel doit être adapté au format et au support utilisé, pour une communication efficace. Un lien peut être fait avec le mobilier urbain (MU) : il faut noter que le format de 2m<sup>2</sup> est le format majoritaire des contrats de MU ; ce format présente donc bien un intérêt économique pour les professionnels de l'affichage qui se font concurrence pour être titulaires de ces contrats. Vu la largeur moyenne des trottoirs, un panneau sur terrain privé n'est éloigné de la chaussée que de quelques mètres de plus par rapport à un mobilier urbain.

La ville du piéton, du vélo ou de la voiture à 30km/h remplace petit à petit la ville où l'on roule à 50km/h. Les formats réduits sont adaptés à ces formes plus douces de déplacement.

#### Densité des panneaux

Le sujet de la densité des panneaux, régi par les dispositions d'interdistances, a recueilli aussi de nombreuses observations au sein du thème. Sujet souvent couplé à la taille des panneaux, les particuliers attendent une diminution du nombre de panneaux qui semble encore relever d'une demande générale plus que d'une demande supplémentaire aux dispositions projetées du RLP (demande de moins de panneaux dans les rues).

Côté professionnels et syndicats associés, il ressort à plusieurs reprises une importante atteinte à l'affichage sur domaine privé et un écart qui s'installe avec l'affichage sur domaine public aboutissant à une inégalité de traitement, voire une entrave à la concurrence. Des propositions d'interdistances sont détaillées dans les 4 zones autorisant la publicité murale et scellée au sol ou encore des suggestions sont énoncées comme par exemple le retour au RNP pour la publicité murale en zone 6. Plusieurs observations également remettent en cause les dispositions relatives au recul par rapport aux baies.

La commission d'enquête constate que la publicité scellée au sol ou sur support n'est pas autorisée en zones 3, 4 et 7 (et bien sûr en zones 1 et 2). Elle constate aussi à l'appui du rapport de présentation qui simule sur 5 sites, le nombre de dispositifs potentiels selon 4 hypothèses outre celles du RNP et du RLP (RLP applicables jusqu'au 14/07/2022) que les règles retenues dans le projet pour l'interdistances sont appuyées sur les hypothèses les plus restrictives alors que les hypothèses les moins restrictives apparaissent déjà beaucoup plus sévères que le RNP et généralement plus strictes que les RLP communaux antérieurs avec un degré variable.

La commission d'enquête interroge la Métropole sur la possible reprise de l'interdistance 20-40-100 telle que prévue au projet par celle de 0-40-100 en zones 8 et 9, qui instaurerait une restriction plus progressive par rapport aux RLP communaux antérieurs. Elle souhaite également que la Métropole s'interroge sur l'intérêt d'une interdistance 0-60-100 en zones 5 et 6 après s'être assurée qu'une telle interdistance engendre une restriction progressive.

Ces ajustements ou d'autres, sans remettre en cause les zones d'interdiction, semblent pouvoir proposer un meilleur compromis entre les attendus du public pour moins de panneaux et une interdiction que certains considèrent générale.

#### Réponse de la Métropole :

La Métropole note les demandes de la commission d'enquête et étudie une modification des règles de densité mises en œuvre dans le projet de RLP.

### Autres sujets

Divers autres sujets plus individuels sont abordés dans les observations comme par exemple le fait que les préenseignes ne soient plus des dispositifs d'actualité compte-tenu de la généralisation d'internet et des systèmes de localisations, elles trouveront des réponses dans le tableau des observations individuelles.

### **Thème 3.2 : Enseignes (hors dispositifs lumineux, bâches et mobilier urbain)**

Près de 130 observations ont été émises sur le sujet des dispositions matérielles relatives aux enseignes, dont 14 communes, la Chambre de commerce et d'industrie, Paysages de France et la pétition des professionnels. Le grand nombre d'observations provient de manière majoritaire de fabricants locaux d'enseignes et de commerçants.

Les observations contestent des dispositions trop radicales, y compris les particuliers individuels s'étant exprimés sur le sujet. Les motifs généraux de griefs sont :

- Des règles trop restrictives ;
- Des dimensions trop réduites ;
- Un coût pour les professionnels dont les enseignes ne seront pas conformes ;
- Une perte de visibilité ;
- Un impact environnemental induit par la dépose et l'élimination des enseignes déposées et des nouvelles en remplacement.

L'absence d'évaluation par la Métropole des conséquences des nouvelles dispositions est fréquemment évoquée dans les observations. Certains évoquent que près de la moitié des commerces et services de proximité seront concernés sur 25000 établissements de la Métropole.

D'autres observations demandent plus précisément des ajustements aux dispositions prévues :

- Surface des totems à augmenter pour ceux plafonnés à 0,8m<sup>2</sup> ou 1 m<sup>2</sup> ;
- Taille des enseignes sur toiture en zone 8 (2 m) à revoir ;
- Hauteur de lettre et signes découpés en zones 2 et 3 (50 cm) à revoir ...

A contrario, quelques observations considèrent les dispositions envisagées insuffisantes voire laxistes pour Paysages de France qui estime que la démarche retenue s'inscrit dans une approche



traditionnelle, basée sur une dose de pollution admissible indirectement proportionnelle à la qualité décrétée des lieux. En particulier, des demandes précises sont formulées :

- L'interdiction des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu en zone ;
- Les mêmes règles pour les enseignes temporaires de plus de 3 mois que pour les enseignes temporaires de moins de 3 mois ;
- Des restrictions plus importantes en zones 7, 8 et 9 pour les enseignes au sol ...

La commission d'enquête retient que les dispositions relatives aux enseignes semblent peu satisfaisantes tant pour les professionnels que pour les militants de la défense du cadre de vie. Elle sollicite la Métropole sur des éléments chiffrés concernant le nombre d'enseignes présentes sur la Métropole. De plus, à défaut d'une approche de simulation dans le rapport de présentation comme pour le sujet de la densité des publicités, la commission d'enquête souhaite disposer d'une évaluation sommaire du nombre de dispositifs non conformes au projet de RLP pour apprécier la cohérence des dispositions avec les deux premiers objectifs du RLP.

#### Réponse de la Métropole :

Le rapport de présentation, dans le dernier chapitre de la partie 2 « diagnostic et enjeux » présente les analyses quantitatives et qualitatives de plusieurs axes commerciaux d'entrée de ville, où les enjeux portés par les enseignes sont importants.

Les choix faits pour fixer les dimensions des enseignes et particulièrement celles des enseignes scellées ou posées au sol comme le format totem, résultent d'une analyse des dispositifs déjà mis en œuvre dans la métropole qui démontre que le message peut être efficace en termes de lisibilité et donc d'attractivité économique, tout en respectant des dimensions raisonnables, en répondant donc à l'enjeu de protection du cadre de vie et en assurant ainsi la cohérence avec les deux premiers objectifs du RLP.

L'insatisfaction tant des professionnels de l'affichage extérieur que des associations de protection de l'environnement et du cadre de vie, aux attentes diamétralement opposées, démontre l'atteinte d'un équilibre par le RLP métropolitain.

## **Thème 4 : Dispositifs lumineux (incluant le numérique et les écrans dans les vitrines)**

Le thème regroupe les observations relatives aux dispositifs lumineux de manière générale comprenant enseignes, publicités et préenseignes. Au sein de ces dispositifs, ceux relevant d'une technologie numérique ont été analysés de manière séparée compte-tenu de leur énoncé individualisé présenté dans le règlement aux articles P1C1.8 (publicités et préenseignes) et P2C1.7 (enseignes) et de la récurrence du sujet dans les observations.

### **Thème 4.1 : Dispositifs lumineux (hors numériques)**

Le sujet des dispositifs lumineux est clivant et il est à l'origine d'une importante participation avec un peu plus de 170 observations dont seulement 3 issues des consultations des communes et une de l'avis de l'Etat. Parmi les observations du public, les trois pétitions enregistrées durant l'enquête consacrent un volet au sujet et les professionnels participent également par l'intermédiaire de l'Union de la publicité extérieure.

Des observations soutiennent les dispositifs lumineux sur la base des motifs suivants :

- La faible consommation énergétique compte-tenu des progrès technologiques ;
- La bonne visibilité qu'ils apportent aux établissements (enseignes) au bénéfice de l'économie locale ;
- La sécurité urbaine à laquelle ils participent.

Dans ce sens, les observations défendant les dispositifs lumineux :

- S'étonnent des écarts d'horaires d'extinction entre les enseignes et la publicité et demandent un alignement des horaires des enseignes sur la publicité ou plus modérément, un alignement des horaires d'extinction sur ceux du décret n°2022-1294 du 05/10/2022 ;
- Proposent d'introduire une notion de puissance lumineuse maximum ;
- Considèrent comme dogmatique la tendance à refuser les dispositifs lumineux.

Les observations défavorables aux dispositifs lumineux s'appuient sur :

- Le gaspillage énergétique qu'ils engendrent dans un contexte d'exigence de sobriété en la matière et considérant qu'il ne s'agit pas d'un poste indispensable de besoin en énergie ;
- L'atteinte au cadre de vie et aux paysages, la pollution visuelle ;
- L'atteinte à la biodiversité ;
- La pollution induite pour leur fabrication et leur gestion en fin de vie.

En conséquence, ces observations établissent diverses préconisations, au degré de restriction variable :

- Le renforcement des horaires d'extinction ;
- La surtaxe des dispositifs lumineux ;
- L'exigence d'extinction des vitrines ;
- L'interdiction de la publicité lumineuse par transparence ;
- L'interdiction du mobilier urbain lumineux ;
- L'interdiction des publicités lumineuses en toiture ;
- L'interdiction de tout dispositif lumineux.

L'Etat retient que les dispositions cumulées du projet quant aux publicités et préenseignes éclairées par projection ou transparence induit « un règlement confinant à une interdiction généralisée ».

La commission souligne le grand nombre de type de dispositifs lumineux et la diversité des dispositions les concernant qui induisent des difficultés à apprécier la ligne directrice du projet sur le volet du lumineux ; elle demande à la Métropole de synthétiser dans un tableau, les dispositifs interdits et ceux autorisés ainsi que de renseigner précisément pour ces derniers, les conditions qui les affectent.

La commission souhaite que la Métropole précise les éventuels ajustements qu'elle pourrait envisager au regard des observations du public dès lors qu'un des trois objectifs transversaux du RLP est de développer l'attractivité métropolitaine (Rapport de présentation, page 119).

#### Réponse de la Métropole :

*Le tableau demandé par la commission est joint en annexe au présent procès-verbal de synthèse.*

Le RLP a pour objectif de répondre à deux volets du développement de l'attractivité métropolitaine :

- Amélioration de l'attractivité des activités, notamment économiques, par une plus grande qualité de leurs dispositifs d'enseignes, par une diminution de la cacophonie visuelle créée par des formats publicitaires masquant le message promotionnel de proximité qu'est l'enseigne,
- Amélioration de l'attractivité de la Métropole, pour un public local ou externe, par une diminution de la pollution visuelle et permettant ainsi l'amélioration du cadre de vie.

La Métropole étudie des ajustements des règles applicables aux dispositifs lumineux.

### **Thème 4.2 : Dispositifs numériques (dont écrans dans les vitrines)**

A peu près autant d'observations portent sur les dispositifs numériques. La pétition des professionnels et celle des particuliers n°1 abordent le sujet précis des dispositifs numériques ainsi que les syndicats professionnels.

Le préfet considère que le projet de règlement n'est pas conforme à la loi dès lors qu'il pose une interdiction générale et absolue de publicité numérique.

Les observations défavorables aux dispositifs numériques ne semblent pas toujours maîtriser le contenu du RLP sur le sujet sans que cela nuise à leur prise en compte dans le cadre de l'enquête publique. Les mêmes nombreux motifs que ceux contre les dispositifs lumineux en général alimentent l'opposition : consommation d'énergie, atteinte au cadre de vie et aux paysages, pollution visuelle, atteinte à la biodiversité, pollution à la fabrication des dispositifs et à leur gestion en fin de vie. D'autres motifs plus précis encore, sur le risque sanitaire sont ajoutés :

- L'agression ;
- La captation de l'attention, aux effets encore plus indésirables pour la circulation routière ;
- L'atteinte à la santé, en particulier les troubles neurologiques.

Parmi les observations favorables aux dispositifs numériques, les avantages avancés sont :

- La rapidité de diffusion d'information au bénéfice du consommateur /du citoyen ;
- La facilité de mise en œuvre des annonces ;
- La possibilité pour un unique support de diffuser un grand nombre de messages, réduisant d'autant le nombre de dispositifs nécessaires et leurs impacts indirects associés.

Indépendamment de ces avantages, plusieurs (surtout des fabricants) soulignent :

- Une R&D (Recherche et développement) et des améliorations constantes sur ces dispositifs, notamment en matière de sobriété énergétique ;
- Une possibilité de réglementer : les horaires de fonctionnement, le mode fixe ou défilant, la luminance, le déclenchement sur détecteur de présence....

Encore, beaucoup sont inquiets avec les dispositions du RLP sur le maintien de la diffusion des informations municipales qui sont de plus en plus couramment effectuées avec des panneaux numériques.

Concernant le sujet de la publicité dans les vitrines, beaucoup d'observations soulignent que la Métropole ne s'engage pas dans la possibilité offerte depuis la loi climat et résilience du 22/08/2021 d'encadrer la publicité numérique (et lumineuse) et demandent sa prise en compte.

Consciente du calendrier contraint qui sépare la loi climat et résilience du 22/08/2021 et l'arrêt de projet en 12/2021, la commission s'interroge sur la différence de traitement du numérique dans le RLP entre l'interdiction totale des publicités, enseignes et préenseignes numériques et l'absence d'encadrement des dispositifs numériques dans les vitrines.

Compte-tenu du RLP arrêté, la Métropole peut-elle envisager d'une part, d'atténuer les articles P1C1.8 et P2C1.7, en cohérence avec la possibilité dont disposent les collectivités à diffuser l'information municipale et d'autre part, d'encadrer les dispositifs numériques dans les vitrines.

#### Réponse de la Métropole :

La loi climat et résilience promulguée en août 2021 était trop tardive, par rapport à l'avancement du projet et au calendrier de la procédure, pour inscrire au projet de RLP à arrêter l'encadrement des dispositifs situés dans les vitrines et baies commerciales. La Métropole prend note de l'observation de la commission d'enquête et étudie la possibilité d'intégrer la réglementation des dispositifs lumineux, y compris numériques, situés dans les vitrines et baies commerciales.

Conformément aux objectifs poursuivis par le RLP et déclinés dans le rapport de présentation, la Métropole ne souhaite pas atténuer les autres prescriptions prises pour réglementer les dispositifs numériques publicitaires ou d'enseignes.

## Thème 5 : Bâches et grands formats

Ce thème traite des dispositions du RLP sur les bâches et grands formats, temporaires et permanents, de chantier, de manifestations exceptionnelles. Une cinquantaine d'observations a été émise dont la pétition 1 des particuliers, l'Union de la publicité extérieure et Paysages de France, 2 communes, la Chambre de Commerce et d'Industrie et l'Etat qui considère d'ailleurs que l'interdiction est générale et absolue pour la publicité sur bâche de chantier.

Les opposants aux bâches et grands formats mettent en avant la pollution visuelle, l'agression ou le caractère ostentatoire de ces dispositifs qu'elle que soit leur durée d'exposition. Les personnes favorables prônent essentiellement la participation de la publicité au financement des chantiers.

La commission d'enquête constate que la publicité sur bâche de chantier est intégralement interdite par le RLP tandis que cette publicité appliquée aux monuments historiques subsiste dès lors qu'elle relève de dispositions relatives au Code du patrimoine. Elle interroge la Métropole sur les éléments de cadre de vie justifiant cet écart, pour des dispositifs temporaires.

Concernant les bâches publicitaires, elles sont autorisées dans les zones 8 et 9. La commission d'enquête s'interroge sur l'intérêt pour les annonceurs de ces dispositifs, dès lors qu'ils sont plafonnés à 8 m<sup>2</sup>.

### Réponse de la Métropole :

Conformément aux objectifs de réduction de la pollution visuelle et dans un souci de protection de l'environnement et du cadre de vie, la Métropole aurait souhaité pouvoir aussi interdire les publicités installées sur des bâches de chantier des immeubles classés ou inscrits monuments historiques. Mais le code du patrimoine et le code de l'environnement sont deux réglementations indépendantes. Le RLP n'a donc pas la faculté de réglementer et interdire ces dispositifs.

Par ailleurs, l'absence de publicité sur une bâche de chantier a un effet vertueux sur l'attractivité économique du territoire : elle laisse la place à l'installation d'enseignes provisoires, enseignes des entreprises intervenant sur le chantier, enseignes des éventuels commerces et activités situés dans l'immeuble en travaux.

La limitation à 8m<sup>2</sup> de la surface de la publicité installée sur une bâche autre qu'une bâche de chantier répond à l'objectif de limitation de la pollution visuelle. Il faut noter que cette surface correspond à un format d'affichage commun aujourd'hui, et que ces publicités pourront se déployer sur une surface 2 ou 4 fois plus grande que les autres dispositifs publicitaires.

## Thème 6 : Mobilier urbain

Moins d'une trentaine d'observations concerne le thème du mobilier urbain qui entend les abris destinés au public (abris-bus par exemple), le mobilier d'information (souvent appelé sucettes pour les petits formats), les kiosques à journaux, les colonnes porte-affiche et les mâts porte-affiche. Les observations sur le thème sont plus éparses (aucune pétition) mais Paysages de France et le principal fabricant et gestionnaire de mobilier urbain (JC Decaux) s'expriment sur le sujet.

Les particuliers plébiscitent une forte réduction de l'affichage sur le mobilier urbain (voire son interdiction), d'autant qu'elle est souvent rétro-éclairée ou qu'elle bénéficie surtout à de grandes marques. Certains soulignent que la taille de la publicité sur mobilier urbain est limitée à 2 m<sup>2</sup> par le projet mais qu'en revanche aucune limite du nombre de dispositifs n'est envisagée, qu'elle "bénéficie d'une sorte de quasi exclusivité" et serait favorisée par rapport aux autres dispositifs publicitaires.

A l'inverse, plusieurs observations sont favorables à la publicité sur mobilier urbain qui finance des services aux citoyens et craignent pour la pérennité de ces services (Vélov par exemple).

La commission d'enquête s'interroge sur la réelle maîtrise de la publicité sur mobilier urbain et souhaiterait connaître, dans la mesure du possible, le nombre de dispositifs actuels et leur répartition entre communes et Métropole en précisant le détail des abris voyageurs. Elle souhaite que la Métropole précise les éléments qui justifient que le RLP ne projette aucun encadrement de la densité des dispositifs de publicité sur mobilier urbain, du type de celui des dispositifs scellés au sol ou apposés sur support.

### Réponse de la Métropole :

Le mobilier urbain est forcément installé sur une voie publique (ou un espace public) dans le cadre d'un contrat entre une collectivité et une société gestionnaire. La puissance publique, collectivité gestionnaire ou occupante du domaine public, a donc la maîtrise d'une part du contenu de son contrat, d'autre part de l'implantation du mobilier urbain.

*Le tableau demandé par la commission est joint en annexe au présent procès-verbal de synthèse.*

La vocation publicitaire d'un mobilier urbain n'est qu'accessoire à la vocation principale de mobilier urbain (article R.581-42 du code de l'environnement). Pour cette raison, la Métropole considère que ce type de dispositif ne doit pas être davantage règlementé.

En outre, dans le cas d'un important carrefour de voiries en centre-ville, comportant des stations de métro, de tram et de bus, il peut être intéressant qu'à chacun des 4 coins de ce carrefour soit positionné un mobilier urbain d'informations générales ou locales de 2m<sup>2</sup> comportant un plan du quartier. Par exemple, sur la place Gabriel Péri à Lyon, au carrefour du cours Gambetta, de la rue de Marseille, du cours de la Liberté, la distance entre chaque mobilier urbain d'information sera entre 20 et 30 mètres.

## Thème 7 : Effets du RLP sur le patrimoine

Une vingtaine d'observations a été émise sur les effets du RLP projeté sur le patrimoine bâti et naturel, en zone agglomérée, entendu au sens des monuments historiques (MH) classés ou inscrits, des sites classés ou inscrits, des sites patrimoniaux remarquables (SPR incluant désormais les aires de valorisation architecturale du patrimoine dites AVAP, les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager dites ZPPAUP), les immeubles esthétiques, les espaces boisés classés (EBC)... Si aucune pétition ne traite de ce thème, Paysages de France, le Préfet et la Commission départementale de la Nature, des paysages et des sites s'expriment.

Le public particulier souligne généralement l'intérêt à protéger le patrimoine bâti et naturel. Les observations sur le projet de RLP proprement dit, dénoncent l'autorisation de la publicité dans les secteurs d'interdictions relatives et soulignent son incohérence avec le document globalement envisagé.

La commission d'enquête souhaite que la Métropole précise les éléments qui justifient la volonté d'autoriser la publicité sur mobilier urbain dans les zones dites de publicité restreinte au Code de l'environnement, notamment aux abords des monuments historiques et d'autoriser la publicité à moins de 20 mètres des espaces boisés classés (EBC), par rapport à l'économie générale du RLP.

Dans la continuité de cette réflexion et compte-tenu du PLU-H approuvé, la commission d'enquête demande que la Métropole explique les motifs pour lesquels un encadrement de la publicité sur les éléments bâtis patrimoniaux (EBP) et dans les périmètres d'intérêts patrimoniaux (PIP) n'est pas porté par le projet.

### Réponse de la Métropole :

En premier lieu, la vocation publicitaire du mobilier urbain n'est qu'accessoire par rapport à sa fonction principale et aux services d'intérêt général qu'il propose. Ensuite, les conditions d'accueil de la publicité sur les mobiliers urbains sont strictement encadrées par le code de l'environnement. La Métropole fait donc le choix de ne pas empêcher l'accès des habitants et usagers des espaces patrimoniaux à ces fonctions principales et services d'intérêt général proposés.

La règle d'interdiction de la publicité, hors mobilier urbain, à proximité des EBC est une règle spécifiquement rédigée par la Métropole, dès lors que le code de l'environnement ne protège pas les abords des EBC. Il a en effet semblé logique à la Métropole d'appliquer, en l'espèce, les mêmes prescriptions qu'à proximité des immeubles patrimoniaux.

Les études pour établir les zonages ont pris en compte les PIP et EBP identifiés au PLUH ; près de la totalité des PIP et la majorité des EBP sont compris dans des zones 1, 2, 3 ou 4 du RLP.

La Métropole propose de compléter le rapport de présentation pour mieux exprimer la cohérence des choix opérés.

## Thème 8 : Effets économiques du RLP

Ce thème traite les effets économiques du RLP pour les communes (TLPE) et pour le privé (professionnels de la publicité, annonceurs, particulier, copropriété...).

### Thème 8.1 : Sur les professionnels (fabricants/diffuseurs)

Plus de 130 observations ont été émises sur le sujet, dont une dizaine par les PPA.

La quasi-totalité de ces observations exprime des inquiétudes sur la pérennité des entreprises de la filière de la publicité, en pointant en particulier la fragilisation des emplois locaux concernés. Le manque à gagner des propriétaires fonciers et des copropriétés est également signalé. A contrario quelques contributeurs dénoncent un chantage à l'emploi.

L'absence d'évaluation des conséquences sur l'activité économique locale est dénoncée, ainsi qu'un impact négatif du projet de RLP sur l'attractivité du territoire et en corollaire une distorsion de concurrence au bénéfice notamment des GAFAM.

Les restrictions introduites par le projet de RLP sont considérées comme une entrave à la liberté d'entreprendre et inéquitables.

Enfin, la mise en place d'un dispositif de compensation financière est demandée, notamment pour les propriétaires fonciers et copropriétés.

La commission souhaite que la Métropole précise la manière dont elle a évalué et traité les conséquences sur l'activité économique locale et sur les emplois, dans le cadre de l'élaboration du RLP.

Par ailleurs, la commission souhaite que la Métropole précise si elle envisage la mise en place d'un dispositif de compensation pour les propriétaires fonciers ou copropriétés impactés par les restrictions d'affichages implantés sur le domaine privé.

#### Réponse de la Métropole :

Il résulte de l'article L. 581-2 du code de l'environnement que les choix et les règles du RLP ne peuvent être justifiés que par des considérations liées directement à la protection du cadre de vie. La réalisation d'une étude d'impacts socio-économique n'est imposée par aucune disposition légale et réglementaire en vigueur. Néanmoins, depuis 2018, des échanges nombreux avec les professionnels de l'affichage extérieur ont permis d'entendre et d'apprécier leurs demandes et remarques.

Le code de l'environnement ne prévoit pas de dispositif de compensation financière aux règles édictées dans le cadre d'un RLP et la création par la Métropole d'un tel mécanisme de compensation financière n'aurait donc aucune base légale.

Mais, le code de l'environnement donne un délai de mise en conformité après l'approbation du RLP (2 ans pour les publicités, 6 ans pour les enseignes). En outre, le code de l'environnement impose la conclusion d'un contrat de louage entre un publicitaire et le propriétaire foncier, dont la durée ne peut excéder 6 ans. Un dispositif publicitaire n'est donc pas considéré comme un dispositif pérenne, créant un droit acquis.

## Thème 8.2 : Sur les annonceurs (pour ce qui concerne la mise aux normes de leurs divers affichages et la perte de visibilité de leur établissement)

Environ 80 observations ont été émises sur le sujet, dont 4 par les PPA.

L'ensemble de ces observations expriment des inquiétudes pour les annonceurs locaux liés à la perte de visibilité d'une part, à la raréfaction des panneaux publicitaires et à l'augmentation des tarifs qui pénaliserait les annonceurs locaux au profit des gros annonceurs d'autre part.

Une autre inquiétude est exprimée par les entreprises et les commerces de proximité qui devront remplacer leurs enseignes pour mise en conformité, et ainsi supporter des dépenses supplémentaires.

La commission souhaite que la Métropole précise si elle envisage de mettre en place un dispositif auprès des entreprises et commerces de proximité pour les aider à mettre en conformité leurs enseignes.

La commission souhaite également que la Métropole précise si elle envisage la mise en place d'un dispositif dérogatoire, a minima transitoire et au-delà des délais prévus de mise en conformité, permettant aux entreprises et commerces de proximité de conserver leurs enseignes actuelles qui ne respecteraient pas l'intégralité des exigences du RLP, mais qui pourraient respecter néanmoins certains critères (à définir).

### Réponse de la Métropole :

Le législateur a décidé que les entreprises et les commerces auront un délai maximal de 6 ans pour mettre leurs enseignes en conformité. La Métropole n'a pas compétence pour modifier cette disposition, et la création d'un dispositif dérogatoire au code de l'environnement serait illégale.

La Métropole prépare des outils pédagogiques et des supports pratiques afin de faciliter l'application du RLP par les services des collectivités et les acteurs professionnels.

## Thème 8.3 : Sur les collectivités

Ce thème a fait l'objet d'une trentaine d'observations, réparties de manière à peu près égale entre le public et les PPA.

Pour l'essentiel, les contributeurs déplorent l'absence d'évaluation des pertes de TLPE induites par les restrictions prévues dans le RLP, ainsi que l'absence de dispositif de compensation de ces pertes pour les communes.

Par ailleurs, la commune de Fontaines-sur-Saône s'inquiète de l'incidence du RLP sur le modèle économique actuel visant au financement de la mise à disposition de vélos en libre-service.

La commission souhaite que la Métropole précise l'évaluation des pertes de TLPE qui seraient induites par le RLP et qu'elle précise également le dispositif associé visant à compenser les pertes de recettes pour les communes.

La commission souhaite également que la Métropole précise les conséquences du RLP sur le montage contractuel actuel visant au financement de la mise à disposition de vélos en libre-service, et dans ce cadre ce qu'elle envisage à partir de 2032.



Réponse de la Métropole :

Seules les communes ont les éléments pour connaître les dispositifs assujettis ou pas à la TLPE, taxe décidée et modulée par le conseil municipal. Il n'y a pas de lien direct entre TLPE et RLP : la Métropole n'a pas les moyens de procéder à une telle évaluation.

Le RLP ne remet pas en cause le service de mobilité Vélo'v.

## Thème 9 : Documents du RLP

### Thème 9.1 : Rapport de présentation : objectifs et orientations du projet

Ce thème traite des généralités du fond du document, c'est-à-dire des objectifs et des orientations du RLP arrêté.

Environ 270 observations ont été émises sur ce sujet, dont environ 200 par le public. Les 61 avis généraux (favorable ou défavorable) exprimés par les PPA sont affectés à ce thème.

Si le principe d'instaurer des règles visant à une cohérence sur l'ensemble du territoire métropolitain dans l'objectif de protéger le cadre de vie des habitants, lutter contre le gaspillage énergétique et réduire l'impact de la pollution lumineuse sur la santé fait consensus, le rapport de présentation fait l'objet de profondes réserves de la part de professionnels de la filière de la publicité ou de leurs représentants, de l'Etat et de la CDNPS, qui jugent que ce projet ne répond pas à l'objectif de concilier la protection du cadre de vie avec la liberté d'expression et les nécessités économiques du territoire. Le cumul des règles et restrictions est jugé punitif, considéré comme une interdiction déguisée de la publicité extérieure et conduit de fait à l'instauration d'interdictions générales et absolues. La dégradation de l'attractivité du territoire est également dénoncée.

La commission souhaite que la Métropole précise en quoi le RLP participe favorablement à l'attractivité du territoire, notamment en matière économique et sociale.

Réponse de la Métropole :

L'amélioration de l'attractivité économique est recherchée par l'accroissement de l'efficacité des dispositifs signalant les commerces et les activités, au travers de deux axes règlementaires principaux :

- Développer la qualité des dispositifs d'enseignes des activités et commerces,
- Diminuer la cacophonie visuelle créée par des formats publicitaires qui masquent le message promotionnel de proximité qu'est l'enseigne.

L'impact vertueux recherché est aussi l'amélioration de l'attractivité du territoire métropolitain pour un public local ou extérieur de la métropole, grâce à la diminution de la pollution visuelle, permettant ainsi l'amélioration du cadre de vie.

### Thème 9.2 : Règlement

Le thème règlement traite de la rédaction du document règlement constituant une pièce primordiale du Règlement Local de Publicité projeté.

Moins d'une trentaine d'observations aborde le thème du règlement provenant pour un tiers environ des avis des PPA. Parmi le public, le thème est abordé dans la pétition n°1 des professionnels.

Les observations concernent d'une part son caractère restrictif et d'autre part, son caractère complexe.

Le caractère très ou trop restrictif général du règlement est certes mentionné de manière globale mais il est surtout détaillé de manière précise sur des objets identifiés, abordés dans d'autres thèmes (tailles de panneaux, mobilier urbain, bâches de chantier ...).

La plupart des observations souligne le caractère complexe du règlement soulevant des difficultés de compréhension et de complexification de l'interprétation. Plusieurs propositions suggèrent des règles simples.

De manière plus précise, les observations évoquent une complexité dans l'approche au détriment de la compréhension des règles.

Par exemple, le public relève que l'extinction nocturne des enseignes est traitée dans 5 articles, remarque qui peut être complétée par le fait que seulement deux types d'horaires sont fixés. L'Etat propose pour les publicités murales scellées au sol ou installée sur le sol, une formulation plus simple pour énoncer les surfaces autorisées. Encore, l'Etat propose de remplacer trois articles de dispositions communes de publicité sur le sujet du lumineux (P1C1.7 Publicités lumineuses, P1C1.8 Publicités numériques et P1C1.9 Affiches éclairées par projection et par transparence) en un seul, de rédaction simplifiée.

A contrario, l'Etat souligne que plusieurs rédactions manquent de précisions. En effet, en particulier, le sujet de la publicité lumineuse est complexe ; selon l'approche du Code de l'environnement, il convient de distinguer l'affichage éclairé par projection ou par transparence au sein de la publicité lumineuse.

La commission d'enquête interroge la Métropole sur les raisons du choix d'une approche par zone déclinant tous les dispositifs plutôt que par type de dispositifs incluant lorsque nécessaire une disposition spécifique dans la zone.

Elle souhaite aussi que la Métropole précise les éléments qu'elle propose d'ajuster dans la rédaction du règlement afin d'en faciliter sa compréhension sans par ailleurs manquer de précision, en particulier en vue de l'instruction des demandes d'autorisation de publicité et de l'exercice du pouvoir de police qui incombera à chaque mairie de la Métropole lorsque le projet aura été approuvé.

#### Réponse de la Métropole :

Le RLP fonctionne sur les mêmes principes de structure que le PLUH, cela a semblé être le plus simple pour les utilisateurs du RLP.

En outre, l'article L. 581-14 du code de l'environnement, qui permet l'élaboration d'un RLP par la Métropole, dispose que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* ». La logique par zone correspond donc bien à la lettre du code de l'environnement, raison pour laquelle la grande majorité des RLP adoptent une logique par zone.

À la suite des observations émises lors de l'enquête publique, la Métropole pourra ajuster le cas échéant la formulation de certaines règles pour les rendre plus compréhensibles.

Par ailleurs, les outils d'aide à l'application du RLP qui seront élaborés par la Métropole auront comme objectif de faciliter sa mise en œuvre. La prise de compétence par la Métropole sera aussi un pas important dans cette application.

### Thème 9.3 : Documents territorialisés

Moins d'une dizaine d'observations traite spécifiquement des documents territorialisés du RLP, qui présentent les limites d'agglomération, les limites de zonage et quelques repérages précis.

La pétition des professionnels souligne que les plans de zonage sont nombreux et complexes, ce qui semble reprendre le sujet déjà évoqué de la complexité du document.

## Thème 10 : Procédure d'élaboration

### Thème 10.1 : Concertation

Une cinquantaine d'observations du public et 7 observations des communes abordent ce thème.

Si quelques contributeurs considèrent la concertation satisfaisante, une forte majorité regrette le manque de concertation. De plus, des professionnels du secteur de la publicité et des enseignes ainsi que des commerçants déplorent l'absence ou l'insuffisance de la prise en compte de leur avis.

Certaines associations, luttant contre la publicité, se plaignent également de ne pas avoir été conviées au débat public.

Parmi les mécontents « professionnels », qui qualifient la concertation de « simulacre », « unilatérale », « sans dialogue », certains proposent de reporter le projet et demandent l'ouverture d'un véritable dialogue pour trouver un compromis dans un climat apaisé.

Enfin, certains s'interrogent sur la réalité de la concertation (voire de sa légalité), compte-tenu de son calendrier du 01/2018 à 04/2019, avec des principes directeurs différents de ceux portés par le projet arrêté, ayant revu plusieurs dimensions importantes du RLP.

La commission souhaite connaître les motifs qui ont conduit la Métropole à ne pas relancer une concertation sur le projet soumis à enquête publique.

#### Réponse de la Métropole :

La concertation est un processus de participation permettant de recueillir les avis des citoyens, des professionnels, des commerçants, des associations de protection de l'environnement et du cadre de vie, etc. La concertation permet également d'engager des échanges entre les différentes parties prenantes, afin d'enrichir le projet métropolitain en cours d'élaboration.

La concertation sur le RLP de la Métropole s'est tenue de janvier 2018 à avril 2019, sur la base des objectifs définis dans la délibération de prescription du 15 décembre 2017 et des orientations générales qui ont été débattues le 25 juin 2018 et le 25 janvier 2021 à la suite du renouvellement des conseillers métropolitains.

La Métropole a élaboré son projet de RLP, arrêté le 13 décembre 2021, en tenant compte de l'ensemble de ces éléments, en particulier des avis reçus et échanges tenus dans le cadre de la concertation.

La Métropole ne perçoit pas les motifs qui justifieraient qu'une deuxième concertation aurait dû être organisée. Elle aurait certainement conduit à recevoir les mêmes avis et à assister aux mêmes échanges que lors de la première concertation. La Métropole aurait donc arrêté le même projet sur cette base.

En outre, la Métropole souligne que la procédure permettant aux citoyens et autres parties prenantes d'émettre un avis sur le projet est précisément l'enquête publique que votre Commission a conduit, qui se déroule nécessairement postérieurement à l'arrêt de projet.

## Thème 10.2 : Dossier d'enquête

Ce thème, pour lequel on dénombre trois observations, traite de la complétude des pièces et de la forme des documents.

Paysages de France et le collectif Plein la vue auraient souhaité un plan global à l'échelle du territoire de la Métropole pour une meilleure vue d'ensemble qu'ils considèrent comme indispensable pour apporter un avis circonstancié et demandent la mise en ligne immédiate.

Les mairies de Craponne et Saint Priest demandent pour améliorer la lisibilité du document, d'ajouter un glossaire.

La commission a répondu défavorablement à cette demande par mail, le dossier ne pouvant être modifié en cours d'enquête. Néanmoins, elle s'interroge sur l'intérêt de disposer d'un plan à plus petite échelle que les plans réglementaires au 1/5000<sup>ème</sup> pour avoir une vue d'ensemble du zonage.

La commission demande également à la Métropole si elle prévoit d'ajouter un glossaire.

### Réponse de la Métropole :

La seule échelle réglementaire de représentation du zonage est le 1/5000<sup>ème</sup>. Toute représentation à une échelle plus petite sera source d'erreur de lecture des zonages et ne peut être qu'indicative. Néanmoins, la Métropole étudiera la fourniture d'une telle carte, à la demande.

La Métropole prévoit de rédiger un glossaire qui complètera les outils d'aide à l'application du RLP.

## Thème 10.3 : Déroulement de l'enquête

Ce thème traite des publicités de l'enquête publique, des permanences, de l'accès aux pièces, du dépôt des contributions.

Une douzaine d'observations a été émise sur le sujet.

Il est reproché à la Métropole le manque d'information sur l'enquête publique, qui pénalise le public et les commerçants. Certains n'ont pas vu les annonces légales. Il est demandé à la Métropole d'investir dans une communication plus efficace.

Le même avocat regrette que les associations, les opérateurs de publicité extérieure, les enseignants et les commerçants, n'aient pas accès au dossier avant l'enquête publique, l'économie générale et globale du projet ne pouvant plus être remis en cause par celle-ci.

Le public déplore le manque d'explication sur le projet et les professionnels font état de délais trop courts pour pouvoir s'exprimer dans les meilleures conditions

Les partisans et les opposants au projet reprochent la surreprésentation de l'autre. Les premiers s'interrogent sur la validité d'une enquête publique avec des acteurs lobbyistes qui ont tout intérêt à

donner un avis. Les seconds considèrent illégitimes les contributions déposées par des militants écologistes n'habitant pas la Métropole.

On note également qu'un particulier déplore les contributions « copier/coller » peu argumentées.

Sur ce thème, la commission ne sollicite pas la Métropole pour disposer d'éléments supplémentaires aux réponses qu'elle fera à chacune des observations unitaires

## Thème 11 : Autre

Une quarantaine d'observations porte sur ce thème. Il s'agit des observations qui concerne le projet mais qui n'ont pas pu être affectées à un des thèmes traités ci-dessus.

Ces observations questionnent notamment sur :

- Les panneaux d'affichage d'opinions et d'informations relatives aux activités des associations sans but lucratif, dont l'intérêt est rappelé et leur suppression régulière dénoncée ;
- L'assujettissement à la publicité de la mise en libre-service de vélos ;
- Le sujet de la publicité aux abords des écoles : certains considèrent que le RLP l'interdit et d'autres, souhaitent qu'elle soit interdite.

Sur ce thème, la commission ne sollicite pas la Métropole pour disposer d'éléments supplémentaires aux réponses qu'elle fera à chacune des observations unitaires

## Thème 12 : Hors champ

Plus d'une centaine d'observations du public et une quinzaine des PPA ont été affectées à ce thème.

On y retrouve notamment des observations concernant :

- L'application des règles du RLP aux vitrines des commerces ;
- La publicité dans les stations de métro, les gares et autres lieux publics, y compris les messages sonores ;
- La réglementation des produits et services autorisés ou non pour la publicité.

Mais aussi :

- L'accompagnement dans leur reconversion des personnes dont l'emploi serait fragilisé voire supprimé par la mise en place du RLP ;
- Le caractère non prioritaire du projet ;
- Le dispositif de police visant à faire respecter le RLP.

Et enfin une contribution qui juge la procédure d'enquête sans valeur, ne constituant qu'une opération de communication.

Sur ce thème, la commission ne sollicite pas la Métropole pour disposer d'éléments supplémentaires aux réponses qu'elle fera à chacune des observations unitaires

## Suite à donner au PV

L'article R 123-18 du code de l'environnement précise que le responsable du projet, plan ou programme produise ses réponses au présent procès-verbal ainsi qu'aux observations individuelles.

La Métropole a produit ses réponses aux observations individuelles. Dans les cas suivants, la Métropole n'a répondu qu'à la contribution identifiée par la commission d'enquête :

- En cas de pétition,
- En cas de doublon,
- En cas de reprise de tout ou partie d'une autre observation, identifiée par la commission d'enquête.

## Annexes au procès-verbal de synthèse

- Réponse de la Métropole à la demande de la commission – Thème 4.1 - Synthèse des règles applicables aux dispositifs publicitaires lumineux
- Réponse de la Métropole à la demande de la commission - Thème 6 - MOBILIER URBAIN

**ANNEXE AU PROCES-VERBAL DE SYNTHÈSE - REPONSE DE LA METROPOLE A LA DEMANDE DE LA COMMISSION - THEME 4.1**  
**Synthèse des règles applicables aux dispositifs publicitaires lumineux**

**Interdiction imposées par le code de l'environnement ne pouvant être remises en cause par le RLP**  
 Le C.E. comme le RLP définissent d'autres règles à respecter (densité, hauteur, hauteur /soi, implantation /égout du toit ...) qui peuvent restreindre aussi ponctuellement les capacités d'implantation.  
 Les surfaces, hauteurs et distances s'entendent en l'absence ou égal à\*

		Territoire aggloméré des communes faisant partie de l'unité urbaine de Lyon			
		Communes de moins de 10.000 hab.		Communes de plus de 10.000 habitants	
		Règles du projet de RLP		Règles du projet de RLP	
		Règles du projet de RLP		Règles du projet de RLP	
Publicité sur immeubles	Non lumineux ou affiche éclairée par transparence ou projection	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.
		- Interdite en zone 1, 2, 3, 4, 7. - Zones 5 et 9 : admise avec une surface maximale de 2m² + règle de densité RLP. - Zones 6 et 8 : admise avec une surface maximale de 4m² + règle de densité RLP.	- Interdite en zone 1, 2, 3, 4, 7. - Zones 5 et 9 : admise avec une surface maximale de 2m² + règle de densité RLP. - Zones 6 et 8 : admise avec une surface maximale de 4m² + règle de densité RLP.	- Interdite en zone 1, 2, 3, 4, 7. - Zones 5 et 9 : admise avec une surface maximale de 2m² + règle de densité RLP. - Zones 6 et 8 : admise avec une surface maximale de 4m² + règle de densité RLP.	- Interdite en zone 1, 2, 3, 4, 7. - Zones 5 et 9 : admise avec une surface maximale de 2m² + règle de densité RLP. - Zones 6 et 8 : admise avec une surface maximale de 4m² + règle de densité RLP.
Publicité sur murs ou sur clôtures	Numérique	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
		Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.
Dispositifs sur toit ou terrasse	Lumineux autre	Interdite	Interdite	Admise avec une surface maximale de 2m² dans les zones 5, 6, 8, 9.	Admise avec une surface maximale de 2m² dans les zones 5, 6, 8, 9.
		Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.
Dispositifs sur toit ou terrasse	Non lumineux Numérique	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
		Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.
Publicité : dispositifs scellés au sol	Non lumineux ou affiche éclairée par transparence ou projection	Interdite	Interdite	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.
		Application du RNP.	Application du RNP.	- Interdite en zone 1, 2, 3, 4, 7. - Zones 5 et 9 : admise avec une surface maximale de 2m² + règle de densité RLP. - Zones 6 et 8 : admise avec une surface maximale de 4m² + règle de densité RLP.	- Interdite en zone 1, 2, 3, 4, 7. - Zones 5 et 9 : admise avec une surface maximale de 2m² + règle de densité RLP. - Zones 6 et 8 : admise avec une surface maximale de 4m² + règle de densité RLP.
Bâches publicitaires L.581-9 : autorisation au cas par cas par arrêté municipal	Numérique	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
		Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.
Bâches publicitaires L.581-9 : autorisation au cas par cas par arrêté municipal	Lumineux autre	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
		Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.
Publicité temporaire de dimension exceptionnelle L.581-9 : avis CDNPS + autorisation au cas par cas par arrêté municipal	De chantiers	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
		Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.
Publicité temporaire de dimension exceptionnelle L.581-9 : avis CDNPS + autorisation au cas par cas par arrêté municipal	Autres bâches publicitaires	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
		Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.
Publicité installée, à titre accessoire, sur mobilier urbain : Sur abris-voyageurs . Colonnes porte-affiches "Morris" . Mâts porte-affiches . Mobilier urbain d'information (MUP)	Autres bâches publicitaires	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
		Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.	Application du RNP.
Publicité installée, à titre accessoire, sur mobilier urbain : Sur abris-voyageurs . Colonnes porte-affiches "Morris" . Mâts porte-affiches . Mobilier urbain d'information (MUP)	Publicité temporaire de dimension exceptionnelle L.581-9 : avis CDNPS + autorisation au cas par cas par arrêté municipal	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.	Admise en forme non lumineuse ou par affiche éclairée par projection ou transparence.
		- Sur abris-voyageurs : 1 face de 2m² + 2m² par tranche de 4,5m² abrités - Sur kiosques : surface unitaire de 2m², total cumulé 6m² - Colonnes porte-affiches "Morris" : limitées à spectacles et culture - Mâts porte-affiches : 2 fois 2m² seul pr manif. éco., soc., culturelles ou sportives - Mobilier urbain d'information : 50% pub-50% info générale ou locale (ou plan ou oeuvre d'art). Surf max : 2m²	- Sur abris-voyageurs : 1 face de 2m² + 2m² par tranche de 4,5m² abrités - Sur kiosques : surface unitaire de 2m², total cumulé 6m² - Colonnes porte-affiches "Morris" : limitées à spectacles et culture - Mâts porte-affiches : 2 fois 2m² seul pr manif. éco., soc., culturelles ou sportives - Mobilier urbain d'information : 50% pub-50% info générale ou locale (ou plan ou oeuvre d'art). Surf max : 2m²	- Sur abris-voyageurs : 1 face de 2m² + 2m² par tranche de 4,5m² abrités - Sur kiosques : surface unitaire de 2m², total cumulé 6m² - Colonnes porte-affiches "Morris" : limitées à spectacles et culture - Mâts porte-affiches : 2 fois 2m² seul pr manif. éco., soc., culturelles ou sportives - Mobilier urbain d'information : 50% pub-50% info générale ou locale (ou plan ou oeuvre d'art). Surf max : 2m²	- Sur abris-voyageurs : 1 face de 2m² + 2m² par tranche de 4,5m² abrités - Sur kiosques : surface unitaire de 2m², total cumulé 6m² - Colonnes porte-affiches "Morris" : limitées à spectacles et culture - Mâts porte-affiches : 2 fois 2m² seul pr manif. éco., soc., culturelles ou sportives - Mobilier urbain d'information : 50% pub-50% info générale ou locale (ou plan ou oeuvre d'art). Surf max : 2m²
Règles d'extinction lumineuse, tous territoires	Règles du RNP (décret du 5.10.2022) :	Applicables aux publicités : affiches éclairées par projection ou transparence, lumineuses, numériques			
		Extinction de 1h à 6h, à l'exception des publicités supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transports, et durant les heures de fonctionnement des dits services.			
Règles du projet de RLP :	Règles du projet de RLP :	Pour les publicités numériques : l'imagerie doit être fixe.			
		Extinction de minuit à 6h pour toutes.			

**ANNEXE AU PROCES-VERBAL DE SYNTHESE - REPONSE DE LA METROPOLE A LA DEMANDE DE LA COMMISSION  
THEME 6 - MOBILIER URBAIN**

	MOBILIER URBAIN COMMUNAL			MOBILIER URBAIN METROPOLITAIN				
	MUPI <2m²	MUPI 2m²	MUPI > 2m²	MUPI 2m²	MUPI 8m²	Abri-bus non pub	Abri bus pub	Abri taxi pub /non pub
ALBIGNY		3				1	5	
BRON		18	21	15	1	24	58	2
CAILLOUX SUR FONTAINES						4		
CALUIRE ET CUIRE		19				19	73	
CHAMPAGNE AU MONT D'OR				1	2	5	10	
CHARBONNIERES LES BAINS						11	1	
CHARLY						5		
CHASSIEU						9	5	
COLLONGES AU MONT D'OR						3	10	
CORBAS						12	8	
COUZON AU MONT D'OR						2	4	
CRAPONNE	31					4	8	
CURIS AU MONT D'OR						3		
DARDILLY						13	26	
DECINES CHARPIEU						15	31	
ECULLY				13	1	16	22	
FEYZIN						9	9	
FLEURIEU SUR SAONE						5		
FONTAINES ST MARTIN						3	1	
FONTAINES SUR SAONE						6	10	
FRANCHEVILLE		18	2			8	14	
GENAY		7				11	3	
GIVORS	20					12	24	
GRIGNY		9				5	13	
IRIGNY						8	12	
JONAGE						7		
LA MULATIERE		16				7	15	
LA TOUR DE SALVAGNY						10		
LIMONEST		7				3	19	
LISSIEU						8		
LYON				374	113	92	572	8
MARCY L'ETOILE						12	1	
MEYZIEU						10	23	
MIONS						11	6	
MONTANAY		5				6		
NEUVILLE SUR SAONE		15				6	5	
OULLINS						14	29	
PIERRE BENITE						8	16	
POLEYMIEUX AU MONT D'OR						3		
QUINCIEUX						4		
RILLIEUX LA PAPE		1	2	9		18	43	
ROCHETAILLEE SUR SAONE						4	1	
ST CYR AU MONT D'OR						3	3	
ST DIDIER AU MONT D'OR						10	5	
STE FOY LES LYON		21				6	29	
ST FONS		18	6			6	28	
ST GENIS LAVAL		36				11	31	
ST GENIS LES OLLIERES		1				9		
ST GERMAIN AU MONT D'OR						10		
ST PRIEST		32	17			12	62	
ST ROMAIN AU MONT D'OR						1		
SATHONY CAMP		10				6	8	
SATHONAY VILLAGE						5		
SOLAIZE						3		
TASSIN LA DEMI LUNE	38			4	1	8	37	
VAULX EN VELIN	64	45	8	8		15	68	
VENISSIEUX		23	15	5		12	102	
VERNAISON						7		
VILLEURBANNE				48	22	34	116	
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>304</b>	<b>71</b>	<b>477</b>	<b>140</b>	<b>594</b>	<b>1566</b>	<b>10</b>
<b>Total dispositifs communaux : 528</b>				<b>Total dispositifs métropolitains : 2787</b>				