

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL

SÉANCE DU 4 FEVRIER 2019

DELIBERATION N° DEL010-19

Accusé de réception en préfecture
038-213801798-20190204-DEL010-19-DE
Date de télétransmission : 11/02/2019
Date de réception préfecture : 11/02/2019

L'an deux mille dix-neuf, le 4 février à dix-neuf heures,
Le conseil municipal, légalement convoqué par Pierre VERRI Maire, le 29 janvier 2019, s'est réuni à la mairie en séance publique sous sa présidence.

Le quorum étant atteint, Monsieur le Maire ouvre la séance.

Présents :

M^{mes} A. BONNIN-DESSARTS, S. BRANON-MAILLET, C. EGEA, G. LE CLOAREC, C. PICCA, C. ROULAND, C. TISON, et MM. T. BARRAL, J.M. BERINGUIER, P. BERTHOLLET, H. EL GARES, J. FABBRO, D. FINAZZO, J-P. GABBERO, J. PAVAN, C. SERGENT, P. VERRI.

Pouvoirs :

M. BAH Rahim (Pouvoir à Jacques FABBRO, en date du 4 février 2019)
M^{me} BEREZIAT Isabelle (Pouvoir à Christine TISON, en date du 4 février 2019)
M^{me} CUSSIGH Sylvie (Pouvoir à Paul BERTHOLLET, en date du 4 février 2019)
M. DUSSERRE Andy (Pouvoir à Jean PAVAN, en date du 04 février 2019)
M^{me} FERRACIOLI Chantal (Pouvoir à Daniel FINAZZO, en date du 4 février 2019)
M^{me} GERACI Marianne (Pouvoir à Alberte BONNIN-DESSARTS, en date du 29 janvier 2019)
M. GUERRE GENTON Jean-Claude (Pouvoir à Simone BRANON-MAILLET, en date du 1^{er} février 2019)
M. MORIN Georges (Pouvoir à Pierre VERRI, en date du 4 février 2019)
M. PERRIER Yves (Pouvoir à Claude SERGENT, en date du 31 janvier 2019)

Absents excusés :

M^{me} AMBREGNI Nadège
M. DUBOIS Stéphane
M^{me} GONZALEZ Gisèle

M. DANIEL FINAZZO A ETE ELU SECRETAIRE DE SEANCE.

OBJET : Élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grenoble-Alpes Métropole (RLPi) – Débat sur les orientations générales du projet.

Rapporteur : Jacques FABBRO

Mesdames, Messieurs,

Vu la Loi n° 2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ;
Vu le Décret n° 2014-1601 du 23 décembre 2014 portant création de la métropole dénommée « Grenoble-Alpes-Métropole » ;

Vu le Code général des collectivités territoriales et notamment ses articles L. 5217-1 et suivants ;

Vu le Code de l'urbanisme, notamment l'article L. 153-12 ;

Vu le Code de l'Environnement, les articles L 581-1 et suivants et notamment l'article L 581-14 relatif à l'élaboration des Règlements Locaux de Publicité;

Vu la délibération du Conseil métropolitain, en date du 6 juillet 2018, prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Grenoble-Alpes Métropole, définissant les objectifs poursuivis, les modalités de concertation préalable et de collaboration avec les communes membres ;

Vu les orientations générales du projet de RLPi annexées à la présente délibération.

Considérant que Grenoble Alpes Métropole, compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), est compétente pour élaborer un règlement local de publicité (RLP) Intercommunal sur son territoire.

Par délibération en date du 6 juillet 2018, le Conseil métropolitain a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) qui se substituera aux règlements communaux existants menacés de caducité en juillet 2020.

Le RLP fixe dans le cadre de la réglementation nationale de publicité, les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

La délibération prévoit les conditions de collaboration avec les communes et d'association des Personnes Publiques Associées (Etat, Autorité Environnementale, Département de l'Isère, la Chambre d'Industrie et du Commerce, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, la Chambre d'Agriculture, Parcs Naturels Régionaux...). Elle définit également une concertation, à la fois citoyenne et avec les organismes compétents et/ou concernés (professionnels de l'affichage Union de la Publicité Extérieure et associations- Paysage de France).

La procédure d'élaboration du RLPi est identique au PLUi. Elle comprendra un débat sur les orientations générales en Conseil municipal et en Conseil métropolitain, un arrêt, une enquête publique pour une approbation en février 2020.

Une première réunion avec les Personnes Publiques Associées, les sociétés d'affichage et les associations locales s'est tenue le 7 novembre 2018. Elle a porté sur la présentation de la démarche et du diagnostic de l'affichage publicitaire sur le territoire.

Tout comme le Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) du PLUi, les Orientations Générales du futur RLPi sont à débattre dans chaque conseil municipal et au conseil métropolitain.

Les objectifs fixés par le conseil de la Métropole dans la délibération de prescription du RLPi doivent être déclinés en orientations applicables qui elles mêmes feront l'objet d'une traduction réglementaire.

Pour se faire, un diagnostic du territoire métropolitain a été réalisé durant l'été 2018. Cet état des lieux a servi de base à l'expression des élus lors d'un séminaire organisé le 7 novembre 2018 en Mairie de Saint-Martin-le-Vinoux destiné à définir les propositions d'orientations générales du futur RLPI.

Ce sont ces propositions d'orientations générales qu'il est proposé de débattre dans chaque conseil municipal et au sein du conseil de la Métropole.

En effet, en application de l'article L 153-12 du Code de l'Urbanisme, un débat sur des orientations du projet doit être organisé au sein du Conseil métropolitain et des Conseils municipaux des communes membres.

Sont donc présentées, afin d'être débattues, les orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Grenoble-Alpes Métropole.

Ainsi, 6 orientations ont ainsi été définies, en collaboration avec les communes et en concertation avec les habitants :

- Une orientation générale : Préserver les identités paysagères de la Métropole qu'elles soient naturelles ou bâties.
 - o Préserver les qualités paysagères du territoire, tout particulièrement dans les secteurs sensibles ;
 - o Conforter l'organisation polycentrique du territoire définie dans le PLUi ;
 - o Limiter les dispositifs publicitaires dans les centres historiques et plus largement dans les cœurs de vie, les Parcs Naturels Régionaux, les plateaux et montagnes et sur les Trames Vertes et Bleues ainsi que sur la trame noire ;
 - o Limiter l'impact visuel des dispositifs en définissant notamment un format d'affichage maximal ;
 - o Préserver le cadre de vie des zones à vocation résidentielle ;
 - o Promouvoir des dispositifs de qualité adaptés aux enjeux et à la diversité du territoire ;
 - o Adapter les dispositifs publicitaires aux enjeux des secteurs protégés ;
 - o Assurer la visibilité des activités touristiques ;
 - o Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques.

- Trois orientations sectorielles sur des secteurs à enjeux :
 - 1- Valoriser les cœurs historiques et les centralités de la Métropole :
 - o Protéger le patrimoine et l'architecture ;
 - o Préserver les cœurs de vie, notamment les abords des établissements d'enseignements (école..) ;
 - o Conforter l'expression citoyenne et institutionnelle ;
 - o Promouvoir l'amélioration qualitative des dispositifs.

 - 2- Rendre lisibles et attractives les zones d'activités économiques et commerciales :
 - o Mettre en cohérence les dispositifs publicitaires avec les besoins des usagers ;
 - o Promouvoir la mutualisation des supports par le biais de matériels de Signalétique d'Information Locale (SIL) ;
 - o Apaiser l'espace pour améliorer la lisibilité des dispositifs ;
 - o Rechercher l'intégration et l'esthétisme des enseignes.

 - 3- Améliorer l'image de la Métropole par les entrées de ville et les axes structurants :
 - o Lutter contre la banalisation paysagère des axes que provoque la multiplication des dispositifs ;
 - o Adapter les formats à l'échelle de l'axe en cohérence avec le paysage et le public visé.

- Deux orientations Thématiques :

4- Promouvoir l'expression publique et citoyenne :

- Promouvoir l'expression citoyenne dans le respect de la diversité des territoires ;
- Permettre l'expression publique ;
- Favoriser l'intégration architecturale des dispositifs dans leur environnement.

5- Encadrer le développement des nouvelles technologies d'affichage :

- Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques ;
- Interdire les dispositifs numériques et lumineux à proximité des espaces sensibles (enseignements...) ;
- Assurer l'extinction nocturne des dispositifs ;
- Réduire la luminance en journée ;
- Limiter les consommations énergétiques ;
- Préserver les corridors noirs ;
- Concilier les enjeux de sécurité routière avec le développement des dispositifs numériques.

Après en avoir débattu, le Conseil municipal de la commune de Gières prend acte de la présentation des orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Grenoble-Alpes Métropole et du débat qui s'est tenu.

Conclusions : La présente délibération est approuvée, à l'unanimité.

Ont signé au registre
les membres présents.

Gières, le 4 février 2019.

Pour extrait conforme,
Le Maire,



Pierre VERRI.