

Conseil du 19 novembre 2020

DAUH/SPEU/FL/CBB/SP
Rapporteur : Mme Besserve

RAPPORT

N° C 20.145

Aménagement du Territoire – Règlement Local de Publicité intercommunal – Prescription de l'élaboration – Objectifs poursuivis, modalités de collaboration avec les communes – Modalités de concertation

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS

La séance est ouverte à 18h41.

Présents : 001 AFFILE Gwendoline , 002 ANDRO Rozenn , 003 APPERE Nathalie , 004 ARMAND Régine , 005 BECHET Annick , 006 BENTZ-FONTANEL Nathalie , 007 BESSERVE Laurence , 008 BETTAL Khalil (jusqu'à 21h12) , 009 BINARD Valérie , 010 BONNIN Philippe , 011 BOUCHER Nicolas , 012 BOUCHONNET Iris , 013 BOUKHENOUBA Flavie , 014 BOULOUX Mickaël (jusqu'à 21h00) , 016 BRIERO Lénaïc , 017 CAILLARD Michel , 018 CAREIL Benoît , 019 CAROFF-URFER Sandrine , 020 CASACUBERTA PALMADA Montserrat , 021 CHAPELLON Didier , 022 CHEVALIER Marion , 023 CHEVANCE Christophe , 024 CHOUAN André , 025 COCHAUD Yannick , 026 COMPAGNON Charles , 027 CRESSARD Antoine , 028 CROCQ André , 029 DAUCE Henri , 030 DAVID Claudine , 031 DEHAESE Olivier , 032 DEMOLDER Michel , 033 DENIAUD Marion , 034 DEPOUEZ Hervé , 035 DESMOTS Xavier , 036 DUCAMIN Marie , 037 EON Pierre , 038 FAUCHEUX Valérie , 039 FOUILLERE Christophe , 040 GALIC Sylvie , 041 GANDON Carole , 042 GAUTIER Nadine , 043 GOATER Jean-Marie , 044 GOBAILLE Françoise , 046 GUERET Sébastien , 047 GUILLOTIN Daniel , 048 HAKNI-ROBIN Béatrice (à partir de 19h28) , 049 HAMON Laurent , 050 HERVE Pascal , 051 HERVE Marc , 052 HOUSSIN René-François , 053 HUAUME Yann , 054 ID AHMED Zahra , 055 JEANVRAIN Mathieu , 056 JEHANNO Anaïs , 057 KERMARREC Alain , 058 KOCH Lucile , 059 LABBE Stéphane , 060 LAHAIS Tristan , 061 LE BIHAN Thierry , 062 LE BOUGEANT Didier , 063 LE FLOCH Anne , 064 LE GALL Josette , 065 LE GENTIL Morvan , 066 LEBOEUF Valérie , 067 LEFEUVRE Gaël , 068 LEGAGNEUR Jean-Marc , 069 LENORMAND Monique , 070 LOUAPRE Françoise , 071 MADIOT Morgane , 072 MAHEO Aude , 073 MARIE Anabel , 074 MONNIER Daniel , 075 MONNIER Jean-François , 076 MOREL Cyrille , 077 MORVAN Franck , 078 NADESAN Yannick , 079 NOISETTE Nadège , 081 PARMENTIER Méline , 082 PELLERIN Isabelle , 084 PINAULT Pascal , 085 PINCHARD Jacques , 086 POLLET Matthieu , 088 PRIZE Laurent , 089 PRONIER Valériane , 090 PUIL Honoré , 091 QUEMENER Aurélie , 093 ROUAULT Jean-Claude , 094 ROUGIER Gaëlle , 095 ROULLE Patrick , 096 ROUSSET Emmanuelle , 097 ROUX Catherine , 099 SALMON Philippe , 100 SAVIGNAC Jean-Pierre , 101 SCHOUMACKER Eve , 102 SEMERIL Sébastien , 103 SICOT Philippe , 104 SIMON Luc , 105 STEPHAN Arnaud , 106 THEBAULT Philippe , 107 THEURIER Matthieu , 108 TONON Selene , 109 TRAVERS David , 112 ZAMORD Priscilla.

Ont donné procuration : 015 BRETEAU Pierre (à 100 SAVIGNAC Jean-Pierre) , 048 HAKNI-ROBIN Béatrice (à 039 FOUILLERE Christophe) (jusqu'à 19h28) , 080 PAPILLION Cécile (à 038 FAUCHEUX Valérie) , 083 PETARD-VOISIN Chantal (à 014 BOULOUX Mickaël) , 087 PRIGENT Alain (à 093 ROUAULT Jean-Claude) , 098 RUELLO Jacques (à 040 GALIC Sylvie) , 110 VINCENT Sandrine (à 007 BESSERVE Laurence) , 111 YVANOFF Daniel (à 050 HERVE Pascal).

Absents/Excusés : 045 GOMBERT Jean Emile , 092 REMOISSENET Laetitia.

Mme Bouchonnet est nommée secrétaire de séance.

Le Conseil constate que les dispositions législatives concernant la convocation (en date du 13 novembre 2020) et la note explicative de synthèse sur les affaires soumises à délibération ont bien été remplies.

La séance est levée à 21h19.



Conseil du 19 novembre 2020 **RAPPORT (suite)**

*Vu le Code général des Collectivités Territoriales, notamment les articles L. 5217-2 et L. 5217-5 ;
Vu le Code de l'Environnement, notamment les articles L.581-14 à L.581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 ;
Vu le Code de l'Urbanisme, notamment les articles L.153-8 et suivants, L.103-3 et R.153-1 et suivants ;
Vu le décret n° 2014-1602 du 23 décembre 2014 portant création de la métropole dénommée « Rennes Métropole » ;
Vu la délibération n° 14.325 du 25 septembre 2014 relative aux orientations et au cadre d'intervention de la métropole ;
Vu le débat en conférence des Maires du 13 octobre 2020 relatif à la collaboration entre les communes et la métropole pour l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal ;*

EXPOSE

Les publicités, enseignes et pré-enseignes ont un impact dans le paysage et à ce titre, les dispositifs les supportant sont soumis à une réglementation nationale protectrice de l'environnement et du cadre de vie. Ces règles visent les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés. L'implantation des supports doit être conforme à des conditions de densité, d'installation et de format et faire l'objet pour certains dispositifs, d'une déclaration voire d'une autorisation préalable.

Les règles nationales, nombreuses et différentes selon des critères complexes (localisation dans ou hors zone agglomérée, nombre d'habitants des communes, appartenance ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ...), ont été profondément remaniées par la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite Grenelle II), ainsi que le décret du 30 janvier 2012 notamment. Elles ont pour but d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles.

Certaines des dispositions nationales peuvent apparaître insuffisantes ou inadaptées aux spécificités locales. Aussi, l'adoption d'un Règlement Local de Publicité permet d'identifier la sensibilité paysagère des différents sites d'un territoire et ainsi d'adapter la réglementation à ses caractéristiques et enjeux.

Les Règlements Locaux de Publicité constituent donc un outil de gestion de la publicité adapté aux spécificités locales notamment en instaurant dans des zones définies des règles plus restrictives que la réglementation nationale, et en permettant de déroger à certaines interdictions permettant de réglementer le développement des supports publicitaires et des enseignes pour aboutir à un développement maîtrisé et choisi de ces dispositifs. Un Règlement Local de Publicité permet en effet de garantir que les dispositifs publicitaires susceptibles de se développer s'implanteront en cohérence dans le paysage.

Actuellement, sept communes de Rennes Métropole disposent d'un Règlement Local de Publicité :

- Le Rheu (approuvé le 24 mars 1989)
- Saint-Jacques de la Lande (approuvé le 24 octobre 1994)
- Chartres-de-Bretagne (approuvé le 3 novembre 1997)
- Saint-Grégoire (approuvé le 4 novembre 1997)
- Rennes (approuvé le 29 juillet 2009)
- La Chapelle des Fougeretz (approuvé le 13 septembre 2010).
- Betton (approuvé le 12 juillet 2011)

Aux termes de l'article L. 581-14-3 du Code de l'environnement, il était prévu que les règlements locaux de publicité approuvés antérieurement à la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 seraient caducs dans un délai de 10 ans à compter de cette loi, soit le 13 juillet 2020. Toutefois, la loi du 27 décembre 2019 relative à l'Engagement dans la vie locale et la proximité de l'action publique a majoré ce délai de 2 ans pour les EPCI compétents en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) dès lors que serait prescrite l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal avant le 13 juillet 2020.



Conseil du 19 novembre 2020 **RAPPORT (suite)**

En raison des dispositions liées à la période de confinement et dans l'attente de l'installation des nouveaux conseils municipaux, la loi n°2020-734 du 17 juin 2020 relative à diverses dispositions liées à la crise sanitaire a prolongé de six mois le délai de dix ans fixé par l'article L. 581-14-3 du Code de l'environnement au terme duquel les règlements "ante-Grenelle" existants en juillet 2010 devaient être caducs faute d'avoir été modifiés ou révisés ou faute pour la métropole d'avoir prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal. Cette nouvelle disposition permet donc d'envisager un nouveau calendrier pour engager la réflexion à l'automne 2020.

La caducité d'un Règlement Local de Publicité entraîne le retour aux règles nationales générant l'assouplissement des possibilités d'installation des publicités et enseignes, et la suppression de certaines dérogations à des interdictions légales de publicité. Elle a également pour effet le transfert automatique au Préfet de la compétence en matière de police de l'affichage (autorisations, interventions à l'encontre des dispositifs irréguliers), alors que cette compétence est aujourd'hui du ressort de chacun des maires concernés.

Seuls les règlements locaux de publicité de La Chapelle des Fougeretz et de Betton ne seront pas caducs car ils ont bénéficié des mesures transitoires (approuvés dans le délai d'un an suivant la publication de la loi Grenelle II). Toutefois, ils ne répondent pas aux dispositions de la loi Grenelle car ils ne comportent ni rapport de présentation (diagnostic et justification des règles applicables) ni annexes (limites d'agglomération).

La procédure d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité suit la procédure d'élaboration d'un PLU (prescription, collaboration des communes, concertation du public, débat sur les orientations générales du futur Règlement Local de Publicité intercommunal, arrêt du projet, consultation des personnes publiques associées, enquête publique, et approbation). Le dossier est toutefois moins conséquent qu'un dossier de PLU, les enjeux étant plus circonscrits.

Rennes Métropole est compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme depuis le 1^{er} janvier 2015, en application de la loi MAPTAM du 27 janvier 2014. Cette compétence emporte la compétence à l'égard du Règlement Local de Publicité. De ce fait, toute élaboration ou révision d'un Règlement Local de Publicité ne peut se faire qu'à l'échelle de l'ensemble du territoire métropolitain. Après la présente délibération prescrivant l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal, une concertation sera mise en œuvre avec les acteurs concernés. Une fois le projet arrêté, il sera soumis à l'avis des personnes publiques associées (PPA) et de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, (CDNPS) puis une enquête publique sera menée et, après d'éventuelles modifications tenant compte des consultations et de l'enquête publique, le Règlement Local de Publicité intercommunal sera approuvé par le conseil métropolitain.

Au-delà de l'échéance de caducité prochaine des Règlements Locaux de Publicité communaux existants sur le territoire, l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal constitue une opportunité pour renforcer, en complément et en articulation avec le PLUi récemment approuvé, la dimension paysagère et environnementale du projet métropolitain dans le respect de la diversité des communes et des paysages.

Ainsi le Règlement Local de Publicité intercommunal sera conçu sur le périmètre des 43 communes comme le prévoit la loi. Il pourra distinguer les règles selon différents secteurs du territoire au regard des sensibilités paysagères et patrimoniales des lieux. Les règles nationales pourront être maintenues là où elles semblent suffisantes, renforcées par endroit et certaines interdictions relatives en agglomération pourront être levées et encadrées par le Règlement Local de Publicité intercommunal pour mettre en œuvre les orientations et objectifs qui seront définis collectivement dans le cadre de cette procédure.

La présente délibération vise à définir les objectifs de l'élaboration du premier Règlement Local de Publicité intercommunal sur notre territoire, arrêter les modalités de la collaboration avec les communes membres qui ont été débattues lors de la conférence intercommunale rassemblant l'ensemble des maires qui s'est tenue le 13 octobre 2020 et définir les modalités de la concertation du public.



Conseil du 19 novembre 2020 **RAPPORT (suite)**

LES OBJECTIFS DE L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Le diagnostic paysager du territoire métropolitain à conduire devrait permettre de dégager un état des lieux et des enjeux au regard du prisme de l'affichage extérieur.

Une attention particulière devra être portée sur le paysage remarquable de vallées et de plaines, le relief et les perspectives qu'il dégage, le paysage agricole et urbain structuré selon le principe de la ville-archipel, les différentes ambiances urbaines dans les communes (centre-ville/centre bourg, secteurs historiques et patrimoniaux, immeubles collectifs et leurs abords, maisons et jardins, zones d'activités économiques, secteurs d'équipements).

Dans ce contexte, les objectifs de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal sont les suivants :

Renforcer la dimension paysagère du territoire métropolitain dans le respect de la ville-archipel :

- En complément et en articulation avec les différentes entités paysagères, patrimoniales et ambiances urbaines définies au PLUi récemment approuvé ;
- En harmonisant les règles au sein des secteurs de même typologie en particulier sur les sites à cheval sur plusieurs communes (ex : zones d'activités économiques et commerciales intercommunales, voies structurantes telles que la RN24, la RD137, la 2^e ceinture,...) et mettre en place des dispositions cohérentes et adaptées à la réalité du terrain ;
- En proposant des règles simples en cohérence avec les enjeux environnementaux et paysagers du territoire métropolitain notamment pour limiter l'impact visuel des supports publicitaires en particulier dans la ville centre.

Concilier la préservation du cadre de vie et du patrimoine avec l'attractivité économique :

- Maîtriser l'affichage dans les zones d'activités économiques et commerciales et les entrées de ville ;
- Valoriser les centres villes et centres bourgs, les sites historiques et patrimoniaux en particulier les sites patrimoniaux remarquables de Rennes et de Bécherel, les sites paysagers (abords de la Vilaine, du Bois de Soeuvres, de la Forêt de Rennes,...) tout en favorisant la dynamique commerciale et touristique de ces sites... ;
- Ajuster les règles des enseignes dans certains secteurs urbains, notamment patrimoniaux (sites patrimoniaux remarquables de Rennes et Bécherel) et centres villes à fort enjeu commercial.

Mettre en œuvre la transition écologique et énergétique :

- Prendre en compte l'évolution des modes d'affichage notamment le déploiement des dispositifs numériques tout en limitant ceux à forte consommation d'énergie ;
- Veiller à traduire dans les règles locales les principes de la "trame noire" dans un objectif de santé humaine et de biodiversité ;
- Limiter les nuisances en termes de pollution visuelle en réduisant le nombre et le gabarit des dispositifs de publicité et d'enseignes sur certains axes ce qui aura pour avantage d'améliorer la sécurité routière.



Conseil du 19 novembre 2020 **RAPPORT (suite)**

LES MODALITES DE LA CONCERTATION PREALABLE

Conformément aux articles L. 103-2 à L. 103-6 du Code de l'urbanisme, les modalités de la concertation seront mises en œuvre jusqu'au bilan de la concertation afin de permettre d'associer à la démarche et de sensibiliser les habitants, les associations intéressées et les autres personnes concernées, dont les acteurs économiques du territoire et les professionnels de l'affichage et de l'enseigne. La concertation sera menée en lien avec les différentes phases de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal et des événements propres à l'avancée des réflexions et du projet d'ensemble.

Les objectifs de la concertation sont les suivants :

- informer le public sur la démarche et l'élaboration des orientations du Règlement Local de Publicité intercommunal ;
- sensibiliser aux enjeux du territoire ;
- favoriser l'appropriation des objectifs et orientations par l'ensemble des acteurs ;
- contribuer à l'élaboration du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal.

Cette concertation préalable sera organisée par Rennes Métropole selon deux axes principaux :

- Concertation spécifique avec les acteurs économiques du territoire (en particulier les commerçants, et les entreprises), les professionnels de l'affichage et de l'enseigne et associations intéressées ;
- Concertation avec les habitants.

La concertation revêtira la forme suivante :

Moyens d'information :

- Le site internet de Rennes Métropole intégrera un espace dédié à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, avec une rubrique pédagogique permettant d'éclairer sur la finalité du document, et centralisera le calendrier des grandes étapes de la procédure et des modalités de concertation ;
- Des articles dans le bulletin de Rennes Métropole et dans les bulletins municipaux ;
- Un dossier au format papier sera également disponible au Point Info de l'Hôtel de Rennes Métropole (4, avenue Henri Fréville à Rennes). Ce dossier sera complété au fur et à mesure de l'avancement des réflexions.

Moyens offerts au public pour débattre et échanger :

- Au moins une réunion dédiée avec chacun des 3 types d'acteurs : économiques, professionnels de l'affichage et associations intéressées.
- Des échanges avec les personnes intéressées qui se manifesteront pour participer à la concertation.

Moyens offerts au public pour s'exprimer :

- Un dispositif accessible via le site internet de Rennes Métropole permettra à tous de formuler des observations, ou d'insérer des contributions ;
- La possibilité d'adresser un courrier à Madame la Présidente – à l'Hôtel de Rennes Métropole (4 avenue Henri Fréville - 35000 RENNES), en précisant en objet « Concertation préalable du Règlement Local de Publicité intercommunal » ;



Conseil du 19 novembre 2020 **RAPPORT (suite)**

- Un registre destiné aux observations de toute personne intéressée sera mis tout au long de la procédure à la disposition du public, à l'Hôtel de Rennes Métropole (4 avenue Henri Fréville à Rennes) ;

Indépendamment de cette concertation et en application des dispositions législatives et réglementaires, des partenaires externes seront par ailleurs associés à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, notamment les services de l'État, la région, le département, certains établissements publics locaux, les chambres consulaires tout au long de la procédure.

LES MODALITES DE COLLABORATION AVEC LES COMMUNES MEMBRES

Il est proposé de retenir un principe de construction collective du projet en veillant à une prise en compte équilibrée de ce qui relève de l'intérêt métropolitain, de l'échelle des réseaux de communes et de ce qui relève de l'intérêt communal :

- **La Conférence des Maires** se réunira à chaque étape clé de la procédure. Ainsi, outre les conférences intercommunales qui doivent être réunies préalablement à l'arrêt des modalités de collaboration avec les communes et à la suite de l'enquête publique en application du Code de l'urbanisme, la Conférence des Maires sera réunie avant le débat sur les orientations et objectifs du Règlement Local de Publicité intercommunal.
- **Un Comité de Pilotage dédié au Règlement Local de Publicité intercommunal** présidé par la vice-présidente en charge de l'aménagement et composé d'élus représentatifs de la diversité des communes sera mis en place. Son rôle étant la validation des éléments essentiels de la démarche d'élaboration :
 - La méthode de travail et responsabilité du calendrier
 - Les orientations et les contenus du dossier à constituer
 - Les documents à présenter au Conseil métropolitain et aux communes
 - Les documents pour échanger avec les partenaires (Personnes Publiques Associées...) et au titre de la concertation avec l'ensemble des acteurs concernés
- **La Commission Aménagement / Habitat** de Rennes Métropole permettra une information régulière des communes
- **À l'initiative de chaque commune**, des réunions de travail pourront être organisées pour aider à la cohérence entre formalisation du Règlement Local de Publicité intercommunal et projet urbain communal
- Pour une **information transversale**, les supports produits seront mis à disposition sur une plateforme de partage de données (J.doc)
- Un **séminaire et des ateliers réglementaires** seront organisés avec les communes

Après avis favorable du Bureau du 12 novembre, le Conseil est invité à :

- prescrire l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal qui couvrira l'ensemble du territoire métropolitain ;
- approuver les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal comme exposés ci-avant ;
- définir les modalités de la concertation préalable conformément aux dispositions des articles L. 103-2 à L. 103-6 du Code de l'urbanisme telles qu'exposées précédemment ;



Conseil du 19 novembre 2020 **RAPPORT (suite)**

- arrêter les modalités de collaboration avec les communes dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal conformément aux dispositions de l'article L. 153-8 du Code de l'urbanisme, telles que définies ci-avant ;
- autoriser Madame la Présidente à signer tout acte et contrat relatif à cette procédure ;
- autoriser Madame la Présidente à prendre toutes les mesures et actes nécessaires à l'exécution de la présente délibération.

o O o

Après en avoir délibéré, le Conseil, à l'unanimité

- prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal qui couvrira l'ensemble du territoire métropolitain ;
- approuve les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal comme exposés ci-avant ;
- définit les modalités de la concertation préalable conformément aux dispositions des articles L. 103-2 à L. 103-6 du Code de l'urbanisme telles qu'exposées précédemment ;
- arrête les modalités de collaboration avec les communes dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal conformément aux dispositions de l'article L. 153-8 du Code de l'urbanisme, telles que définies ci-avant ;
- autorise Madame la Présidente à signer tout acte et contrat relatif à cette procédure ;
- autorise Madame la Présidente à prendre toutes les mesures et actes nécessaires à l'exécution de la présente délibération.