

LE CENDRE

DEPARTEMENT DU PUY-DE-DOME
ARRONDISSEMENT DE CLERMONT-FERRAND

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

Date de la convocation : 29 avril 2021.

Date de la séance : 5 mai 2021 à 18h30

Nombre de conseillers municipaux : 29

Nombre de présents : 25

Absents avec procuration : 3

Absent : 1

Présents : Mme Jacqueline BOLIS - M. Damien BONJEAN - Mme Sandrine BONNET
- MM. Jean-Marc BRUSTEL - Florian CATINOT - Ludovic DEPLAGNE
- Jacques DUBOISSET - Thibaut FABRY - Pierre FERNAND
- Mmes Margaux FOURTIN - Christelle GERMAIN - Sabrina LARRIEU
- Adrienne LIBIOUL - M. José MAGALHAES - Mmes Christel MARCHENAY
- Aurélie MEJEAN-LAPAIRE - M. Pierre MESURE- Mme Valérie MONTEIRO
- M. Sébastien MORIN - Mmes Sylvie PARIS - Vanessa PASDELOUP
- MM. Bruno PONTRUCHER - Hervé PRONONCE - Jean-François RAZAVET
- Mme Karine SOUCHAL.

Absents avec procuration : M. Nicolas BERNARD procuration à Mme Jacqueline BOLIS - M. Jean-Paul PRESLE procuration à M Hervé PRONONCE - M. Mickaël VAZ LAVRADOR procuration à Mme Adrienne LIBIOUL.

Absent : Mme Nastascia ACCOT.

Secrétaire de séance : Mme Karine SOUCHAL.

Président de séance : M. Hervé PRONONCE.

N°21/05/05/001

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

Vu le décret n°2017-1778 du 27 décembre 2017 portant création de la Métropole dénommée «Clermont Auvergne 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 29 juin 2018, prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Clermont Auvergne 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 Clermont Auvergne Métropole, compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), est compétente pour élaborer un RLP intercommunal sur son territoire ;

1- Contexte de l'élaboration

Clermont Auvergne Métropole est concernée par onze Règlements Locaux de Publicité communaux (RLP). Ces différents règlements ne couvrent qu'une partie du territoire métropolitain, ils sont, de plus, souvent obsolètes ou ne correspondent plus aux exigences du territoire (en matière de préservation de l'environnement, du patrimoine, des paysages).

Par délibération en date du 29 juin 2018, le Conseil métropolitain a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) qui se substituera aux règlements communaux existants, caducs au 25 octobre 2022. En l'absence d'élaboration d'un RLPi, les pouvoirs de police et d'instruction détenus par les Maires des communes dotées d'un RLP communal seront transférés au Préfet qui appliquera la seule réglementation nationale de publicité.

Le RLPi fixe dans le cadre de la réglementation nationale de publicité, les règles applicables à la publicité, aux préenseignes et aux enseignes visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique.

La procédure d'élaboration du RLPi est identique à celle du Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi). Elle comprendra :

- un débat sur les orientations générales (équivalent au Projet d'Aménagement et de Développement Durables du PLUi) dans chaque Conseil municipal ainsi qu'en Conseil métropolitain ;
- un arrêt en Conseil métropolitain ;
- une enquête publique ;

pour une approbation prévue en 2022.

2- Objectifs de l'élaboration

La délibération de prescription du RLPi fixe les objectifs suivants qui doivent être déclinés en orientations applicables, qui elles-mêmes feront l'objet d'une traduction réglementaire.

Les objectifs inscrits dans la délibération de prescription sont les suivants :

- **Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie et valoriser les paysages et le patrimoine de la Métropole,**
- **Traiter les entrées de ville commerciales** pour mieux maîtriser la publicité, enseigne et préenseigne sur ces secteurs. Proposer des dispositions adaptées sur les communes les plus concernées par ces activités commerciales : Aubière, Lempdes, Cournon-d'Auvergne, Clermont-Fd,...
- **Adapter les prescriptions (forme, type, taille, positionnement...) aux entités urbaines** qui seront dégagées suite au diagnostic et éviter ainsi les

- effets de seuil entre les cœurs de ville protégés et le reste de la ville, dont les secteurs résidentiels (dispositions constatées dans les RLP communaux),
- **Rechercher une harmonisation des dispositifs** à l'échelle de la Métropole (habillage, couleur, qualité des matériaux...), ainsi que des dispositions communes sur certains secteurs : grands axes en entrée de ville, cœur de ville patrimonial, nature en ville, ...
 - **Tenir compte des nouveaux procédés** et des nouvelles technologies en matière d'affichage, de publicité (publicités numérique, covering grand format, publicité au sol...),
 - **Intégrer qualitativement les enseignes** dans leur environnement architectural et urbain,
 - **Prendre en compte les exigences en matière de développement durable** (réduction de la facture énergétique), pour ce qui concerne les dispositifs consommateurs d'énergie, source de pollution lumineuse (encadrement des seuils de luminance et des extinctions nocturnes).

La délibération de prescription du RLPi définit également les conditions de collaboration avec les communes et l'association des Personnes Publiques Associées (Etat, Autorité Environnementale, Département du Puy-de-Dôme, la Chambre d'Industrie et du Commerce, le Parc Naturel Régional, etc.). Elle définit enfin une concertation, à la fois citoyenne et avec les organismes compétents et/ou concernés (professionnels de l'affichage et associations).

3- La démarche en cours

L'élaboration du projet a pour base un diagnostic du territoire métropolitain réalisé de septembre 2018 à juin 2019 qui fait émerger des enjeux au regard de l'affichage extérieur, dont notamment :

- la préservation du cadre paysager, image du territoire de la métropole ;
- la prise en compte des activités touristiques ;
- la maîtrise des dispositifs en cœur de bourgs/villes et en secteur patrimonial ;
- l'amélioration de la lisibilité des activités notamment en zones commerciales ;
- la valorisation des entrées d'agglomération ;
- la préservation de la biodiversité avec l'intégration des principes de trame noire ;
- ...

Les élus se sont exprimés sur ce projet d'orientations au cours de deux rencontres au deuxième semestre 2019 et, avec les nouvelles équipes municipales suite aux élections de juin 2020, au cours de deux rencontres en octobre et en novembre 2020. Par ailleurs, les personnes publiques associées ont été rencontrées à deux reprises depuis le lancement de cette procédure, tout comme les professionnels de l'affichage et les associations de protection de l'environnement et des paysages.

A l'issue de ce processus, quatre grandes orientations ont été établies pour apporter des réponses concrètes permettant de concilier la préservation du cadre de vie des habitants du territoire métropolitain et l'attractivité économique. Chaque orientation se décline en objectifs.

Ce sont les propositions d'orientations générales sur lesquelles il est proposé de débattre dans chaque Conseil municipal et au sein du Conseil métropolitain.

4- Les orientations

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

- Orientation 1 : les paysages et le patrimoine naturel emblématique : une identité à préserver
 - Affirmer l'image d'un territoire de nature en mettant en œuvre des **mesures de protection sur tous les espaces naturels** ceinturant le territoire métropolitain
 - Tout en permettant la **visibilité des activités de proximité**
 - **Préserver les vues vers les sites emblématiques** du territoire métropolitain
 - Conforter l'image d'un territoire engagé dans la **préservation de la biodiversité et la lutte contre le changement climatique**

- Orientation 2 : les espaces urbains, d'activités et les grands axes : une image et une attractivité à valoriser
 - Maîtriser les pratiques d'affichage aux abords des **axes routiers structurants** pour **valoriser les vitrines du territoire, images de la Métropole**
 - Qualifier et **maîtriser les dispositifs** d'affichage pour améliorer la lisibilité et **l'attractivité des zones d'activités économiques**
 - **Uniformiser les pratiques** d'affichage aux abords des **lignes de transport en commun structurantes (A-B-C)** dans leur positionnement d'axe majeur
 - Confirmer **la continuité écologique** du territoire en atténuant **les obstacles à la trame noire**

- Orientation 3 : les espaces du quotidien, patrimoine et centralités : une qualité à conforter
 - Préserver de manière adaptée **le cadre de vie de toutes les zones à usage d'habitat**
 - Maintenir les **ambiances apaisées dans les espaces de vie quotidiens**
 - **Préserver le caractère des espaces patrimoniaux** et des cœurs de bourgs tout en permettant l'animation de ces espaces du quotidien

- Orientation transversale : vers un parc publicitaire et d'enseignes de qualité
 - Instaurer **des règles de qualité esthétique** pour harmoniser la perception des dispositifs publicitaires et des enseignes **sur l'ensemble du territoire**

- Réduire le format d'affichage maximal actuel (4*3) pour limiter l'impact visuel des publicités et des préenseignes

Il est demandé au Conseil Municipal de débattre du contenu des orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal de Clermont Auvergne Métropole, en application de l'article L.153-12 du Code de l'Urbanisme qui stipule qu'un débat sur des orientations du projet doit être organisé au sein du Conseil métropolitain et des Conseils municipaux des communes membres. Monsieur PONTRUCHER précise que ce dossier a été présenté à la commission « finances, urbanisme, aménagement du territoire » lors de sa réunion du 27 avril 2021.

Après en avoir débattu, le Conseil municipal de la commune de LE CENDRE :

- Prend acte de la présentation des quatre grandes orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de Clermont Auvergne Métropole (RLPi), reprises ci-dessous, et du débat qui s'est tenu,
- Orientation 1 : les paysages et le patrimoine naturel emblématique : une identité à préserver,
- Orientation 2 : les espaces urbains, d'activités et les grands axes : une image et une attractivité à valoriser,
- Orientation 3 : les espaces du quotidien, patrimoine et centralités : une qualité à conforter,
- Orientation transversale : vers un parc publicitaire et d'enseignes de qualité.

PREND ACTE

POUR EXTRAIT CONFORME.



Le Maire,

Hervé PRONONCE

ACTE EXECUTOIRE

Publié le 12 mai 2021
Reçu en préfecture le 12 mai 2021

La Directrice Générale des Services,

Caroline SOULIGOUX.