



REDUCTION DE LA PUBLICITE A LYON : PARTICIPEZ A L'ENQUETE PUBLIQUE

Guide de lecture du Règlement Local de Publicité et propositions du collectif Plein La Vue

En juin dernier nous félicitons l'approbation par le Conseil Métropolitain du Grand Lyon de l'arrêt du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi). Ce document, bien qu'il ne permette pas encore une complète rupture face à l'omniprésence publicitaire en ville, met en revanche un véritable coup de frein aux nouvelles tendances agressives que tentent d'imposer le secteur de l'affichage (écrans publicitaires, bâches de chantier géantes...)

Le temps politique décisif de juin 2022 ne signe pour autant pas la fin de la procédure d'élaboration du RLPi. Avant son approbation définitive début 2023, **le RLPi est en effet soumis à enquête publique du 19 septembre au 19 octobre 2022.** Cette enquête publique est une étape rendue obligatoire par le code de l'environnement qui garantit à chacun de pouvoir prendre connaissance du document complet et la possibilité de pouvoir s'exprimer sur son contenu.

Il est nécessaire de se mobiliser à nouveau pour la réduction de la publicité à Lyon à l'occasion de cette enquête publique.

La mobilisation des citoyens pourra permettre, nous l'espérons, **d'obtenir des améliorations** du règlement en vue de son approbation finale. Cette mobilisation est par ailleurs importante car cette enquête publique présente **un risque de régression du document** car ce temps d'expression est largement mis à profit par **les lobbies de l'affichage**. Ces derniers, très organisés, toujours mobilisés, se sont déjà emparés de cet outil d'expression afin de détourner le débat des enjeux environnementaux et de protection du cadre de vie pour l'orienter vers la prise en compte de leurs intérêts particuliers.

Participer à l'enquête publique implique également l'étude du contenu du RLPi en tant que tel, ce qui n'est pas un exercice rapide ni facile. C'est pourquoi nous vous proposons un petit tableau de synthèse afin de vous guider dans la lecture du document.

La participation peut se faire soit via un registre d'expression [en ligne](#), soit, pour ceux qui le peuvent lors de permanences tenues par des commissaires enquêteurs*.

Pour chaque type de dispositif publicitaire, nous vous proposons un bref bilan des mesures prises dans le RLPi ainsi que nos demandes. Nous vous invitons à vous saisir d'au moins un ou deux sujets pour non seulement défendre les bonnes mesures que prévoit le RLPi en la matière tout en exigeant par ailleurs des améliorations là où elles sont nécessaires.

Vous pouvez consulter les pièces complètes du projet de RLPi sur le [site de la Métropole de Lyon](#). Les pièces les plus importantes sont le règlement et le plan de zonage (divisé par communes et arrondissements). Un exercice intéressant est de chercher dans quelle zone se situe votre logement et prendre connaissance des règles qui s'y appliquent.



<i>Type de dispositif et règles prévues</i>	<i>Le positif</i>	<i>Le négatif</i>	<i>Nos demandes et nos arguments</i>	
<p><u>Publicité numérique</u> (Écrans publicitaires)</p> <p>★ Interdite sur l'ensemble de l'espace public extérieur de la métropole de Lyon.</p> <p>★ Pas de disposition pour les écrans derrière les vitrines commerciales.</p>	<p>L'interdiction globale dans l'espace public est l'un des points forts de ce RLPI. Cette mesure est très rare en France mais extrêmement nécessaire dans un contexte où le secteur de l'affichage cherche à massifier et normaliser ces dispositifs.</p>	<p>Le RLPI n'intègre pas les possibilités mises en place par la loi Climat de juillet 2021 d'encadrer les écrans publicitaires derrière les vitrines (disposition arrivée tardivement durant l'élaboration du RLPI).</p>	<p>Mesure à défendre : Alors que les écrans publicitaires sont la nouvelle menace dominante en cours de déploiement par le secteur de l'affichage, il est très important de défendre la mesure du RLPI visant à les interdire. La pression des lobbies de l'affichage est forte contre cette mesure.</p> <p>Amélioration à exiger : Il est nécessaire d'encadrer urgemment les écrans dans les vitrines commerciales pour l'instant non concernées par le RLPI. Leur déploiement massif est en cours et doit être stoppé le plus rapidement possible. La présence et le développement de ces supports, s'ils n'étaient pas contraints rapidement, rendraient inopérantes, pour notre environnement et notre cadre de vie, la décision d'interdiction de ces mêmes écrans dans l'espace public.</p> <p>Nos arguments : Agression visuelle exacerbée, pollution lumineuse, gaspillage énergétique, problème de santé publique et de sécurité routière, ces dispositifs sont un fléau pour l'environnement. Nos arguments détaillés ici, là ou encore là ou encore ici pour les écrans dans les vitrines.</p>	<p>Pour s'exprimer sur ce sujet et d'autres en ligne, c'est ici.</p>

<h2>Publicité lumineuse</h2>	<i>Le positif</i>	<i>Le négatif</i>	<i>Nos demandes et nos arguments</i>	
<p>★ Interdite :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dans les zones naturelles et les secteurs patrimoniaux (Vieux-Lyon, Croix-Rousse et Gratte-ciel) - dans les centres villes / bourgs / villages - dans les zones résidentielles - dans certains secteurs d'activités à caractère paysager - dans les périmètres de 500 m autour des monuments historiques - sur mobilier urbain ; sur panneau scellé au sol ; sur toiture. <p>★ Autorisée sans excéder 2m² sur les dispositifs muraux situés le long des axes routiers très passants et dans les zones économiques (hors paysagères). Elles doivent être éteintes entre 24h00 et 6h00.</p> <p>★ En revanche, les interdictions et contraintes ne concernent pas la publicité rétroéclairée (lumière derrière l'affiche). Autorisée sur mobilier urbain jusqu'à 2m², et autres dispositifs jusqu'à 2m² voire 4 m² en zones économiques. Elle doit être éteinte entre 24h00 et 6h00.</p>	<p>L'interdiction de la publicité lumineuse sur une partie importante du territoire est un parti-pris fort pour l'environnement et le cadre de vie.</p> <p>L'interdiction de la publicité lumineuse sur tout le territoire sur les publicités scellées au sol est un parti pris positif notable.</p> <p>L'interdiction de la publicité lumineuse sur tout le territoire sur les formats supérieurs à 2m² est un parti pris positif notable (hors certains 4m² rétroéclairés dans certaines zones économiques).</p>	<p>Le fait de ne pas appliquer l'interdiction à tout le territoire est problématique et relativise les impacts positifs concrets que devraient avoir la mesure d'interdiction dans les zones concernées.</p> <p>En effet la pollution lumineuse ne s'arrêtera pas aux limites des zones où la publicité lumineuse est autorisée mais impactera tout le territoire (dôme de lumière).</p> <p>Les zones d'activités économiques sont le plus souvent situées en entrée de ville donc au contact de zones naturelles et agricoles avec donc des méfaits directs pour la biodiversité sur ces secteurs).</p>	<p>« Zéro Watt pour la pub »</p> <p>A l'heure des problématiques environnementales fortes liées à la pollution lumineuse et de l'impératif de sobriété énergétique, ce type de publicité ne doit exister dans aucune partie de notre territoire.</p> <p>Mesure à défendre : Défendre la mesure d'interdiction de la publicité lumineuse dans les zones où elle est prévue par le projet de RLPi.</p> <p>Amélioration à exiger : l'extension du principe d'interdiction à toute heure sur tout le territoire. Cette publicité lumineuse n'est en effet pas plus utile ni moins impactante pour l'environnement dans les zones où elle reste autorisée.</p> <p>Amélioration à exiger : Étendre le principe d'interdiction à la publicité lumineuse à la publicité rétroéclairée sur tout le territoire.</p> <p>A titre subsidiaire, si elle devait être maintenue dans certaines zones, la présence de la publicité lumineuse jusqu'à 24h alors que les rues sont très peu utilisées à cette heure est un non-sens. Il est proposé l'extinction de 19h00 à 7h00.</p> <p>Nos arguments contre la publicité lumineuse sur ces liens : pollution lumineuse, sobriété énergétique,</p> <p><i>Concernant la sécurité publique la nuit à laquelle participerait la publicité lumineuse, nous rappelons que l'éclairage est et doit être assuré par l'éclairage public (moins polluant et adapté). La publicité lumineuse est presque toujours installée dans des lieux déjà éclairés et n'est donc pas utile.</i></p>	<p>Pour s'exprimer sur ce sujet et d'autres en ligne, c'est ici.</p>

<h2>Publicité sur mobilier urbain</h2>	<h3>Le positif</h3>	<h3>Le négatif</h3>	<h3>Nos demandes et nos arguments</h3>	
<p>(Arrêts de bus, sucettes d'informations)</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Limitée à 2m² maximum là où elle est autorisée (la majorité du territoire) ★ Interdiction stricte dans les zones naturelles (parcs, balmes...) et les secteurs patrimoniaux (Vieux Lyon, pentes Croix Rousse, Gratte-Ciel). ★ Publicité lumineuse sur mobilier urbain interdite (hors publicité rétroéclairée) en dehors des centres-villes / bourgs / villages et des zones résidentielles. 	<p>La publicité sur mobilier urbain supérieure à 2 m² est interdite sur tout le territoire. Cette mesure implique la suppression de panneaux existants. Ces dispositifs supérieurs à 2 m² représentent 7% de la publicité sur mobilier urbain issue du contrat de la Métropole de Lyon avec JC Decaux.</p> <p>L'interdiction de la publicité sur mobilier urbain dans les secteurs patrimoniaux permettra la suppression de moins d'une trentaine de dispositifs publicitaires actuels.</p> <p>L'interdiction de la publicité lumineuse sur mobilier urbain dans les zones économiques et le long des axes très circulées permettra la suppression de panneaux.</p>	<p>Une très grande majorité de la publicité sur mobilier urbain existante restera autorisée par le RLPi. Selon nos calculs, la réduction du nombre de publicités sur mobilier urbain du contrat Décaux/Métropole sera non significative passant seulement d'environ 2200 dispositifs avant RLPi à 2000 dispositifs avec le projet en l'état.</p> <p>Le fait de permettre les affiches rétroéclairées sur mobilier urbain est fortement problématique car elle concerne une très large majorité des cas de publicité lumineuse. La pollution lumineuse et surtout le gaspillage énergétique de ces éclairages va donc perdurer avec ce projet de RLPi en l'état.</p> <p>Le principe de zones libres de publicité autour des écoles par la Métropole n'est factuellement pas réel puisque la publicité sur mobilier urbain autour des écoles (majoritaire) restera autorisée.</p>	<p>Amélioration à exiger : Inscrire dans le règlement le principe de l'interdiction de la publicité sur mobilier urbain sur tout le territoire à partir de 2032.</p> <p>Amélioration à exiger : Interdire les publicités sur mobilier urbain autour des écoles dès 2023.</p> <p>Amélioration à exiger : Réduire de 50% le nombre de dispositifs publicitaires sur mobilier urbain dès 2023.</p> <p>La présence de publicité sur mobilier urbain représente la majorité des cas d'exposition aux nuisances publicitaires vécues par les usagers de la Métropole. Il n'est pas possible d'agir significativement contre les nuisances publicitaires sans remettre en cause drastiquement cette forme d'affichage publicitaire. En poursuivant l'usage publicitaire sur mobilier urbain, le RLPi ne permet pas une vraie rupture face à l'envahissement publicitaire de nos espaces publics.</p> <p>Factuellement, c'est le point faible majeur de ce projet de RLPi.</p> <p>Cette préservation de la publicité sur mobilier urbain vient relativiser les résultats que permettront les mesures fortes et positives prises ailleurs par la Métropole dans ce projet de règlement. Rappelons que l'interdiction pure et simple de la publicité dans les espaces publics est une des 150 propositions de la Convention Citoyenne pour le Climat.</p> <p><i>Il est important de reconnaître que la Métropole de Lyon n'est pas complètement maîtresse de la question de la publicité sur mobilier urbain puisqu'elle est contrainte par un contrat signé sous la présidence de David Kimelfeld avec JC Decaux engageant la collectivité avec un contrat de mobilier urbain jusqu'en 2032. Remettre en cause, même partiellement ce contrat, a un coût économique très important pour les finances publiques. Sur ce point, les mesures de réductions prévues sur la taille des publicités sur mobilier urbain auront un coût pour le budget de la Métropole.</i></p>	<p>Pour s'exprimer sur ce sujet et d'autres en ligne, c'est <u>ici</u>.</p>

<p>Publicité sur bâche Bâches de chantier et autres bâches</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ La publicité sur bâches de chantier est interdite sur l'ensemble du territoire. ★ La publicité sur bâche autres que sur bâches de chantier sont interdites sur tout le territoire en dehors des zones économiques où elles sont limitées à 8m². 	<p>Le positif</p> <p>L'interdiction de la publicité sur bâche de chantier est un parti-pris fort pour l'environnement et le cadre de vie.</p>	<p>Le négatif</p>	<p><i>Nos arguments contre la publicité sur bâches : caractère agressif de par ses dimensions, défiguration de nos villes et de son patrimoine, des publicités "temporaires" présentes en permanence dans nos rues.</i></p> <p>Mesure à défendre : Soutenir l'interdiction des publicités sur bâches de chantier car la pression est forte sur ce type de dispositif. En effet, l'argent offert par les afficheurs publicitaires avec ces bâches attire de nombreux propriétaires et certains acteurs politiques prompts à oublier les méfaits environnementaux de la publicité et les dégradations du cadre de vie et du patrimoine bâti qu'elle inflige, notamment lorsqu'elle est en format géant.</p> <p>Important, les afficheurs ne proposaient ce type de bâches que sur des parties très exposées du territoire, souvent les mêmes. Ces parties seraient dégradées de manière ultra répétitive et donc pérenne (exemple place Bellecour).</p>	<p>Pour s'exprimer sur ce sujet et d'autres en ligne, c'est ici.</p>
<p>Enseignes lumineuses</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Interdites entre 19h00 et 7h00, en dehors des heures d'ouverture de l'établissement, sur la majorité du territoire. ★ En revanche, elles sont autorisées jusqu'à 23h00 en dehors des horaires d'ouverture dans les centres villes / bourgs / villages, sites patrimoniaux (Vieux Lyon, pentes Croix Rousse, Gratte-Ciel) et dans les quartiers tertiaires type Part Dieu. 	<p>Le positif</p> <p>L'extinction en dehors des horaires d'ouverture entre 19h00 et 7h00 permet de limiter drastiquement l'éclairage inutile sur une partie importante du territoire. La pollution lumineuse et la consommation énergétique générée pour indiquer des commerces fermés n'est en effet pas justifiable.</p>	<p>Le négatif</p> <p>Maintenir allumées jusqu'à 23h00 des enseignes de commerces fermés dans les centres-villes et secteurs patrimoniaux relève de pollution et consommation énergétique totalement inutile. Dans ces secteurs Dans la pratique aujourd'hui, seules les grandes enseignes maintiennent allumées leurs enseignes après fermeture alors que la très grande majorité des petits commerces s'éteignent.</p>	<p>Nos demandes et nos arguments</p> <p>Mesure à défendre : le principe d'extinction les jours non travaillés.</p> <p>Amélioration à exiger : Extinction des enseignes dès la fermeture des établissements. Maintenir des enseignes allumées pour des commerces fermés est complètement incompatible avec les enjeux de sobriété énergétique. Les comportements vertueux existants des petits commerces (extinction à la fermeture) doivent devenir la norme pour des raisons environnementales et d'équité économique.</p> <p><i>Sur la question de l'animation des centres : ce n'est pas à l'éclairage des enseignes des commerces fermés d'assurer l'animation de centres villes. C'est la vitalité des commerces, leur bon fonctionnement, leur ouverture tardive qui assurent cette animation. Vouloir prolonger celle-ci en maintenant les enseignes allumées jusqu'à 23h alors que les commerces sont fermés est une solution artificielle et inefficace.</i></p>	<p>Pour s'exprimer sur ce sujet et d'autres en ligne, c'est ici.</p>

<h2 style="text-align: center;"><u>Enseignes numériques</u></h2>	<h3 style="text-align: center;"><i>Le positif</i></h3>	<h3 style="text-align: center;"><i>Le négatif</i></h3>	<h3 style="text-align: center;"><i>Nos demandes et nos arguments</i></h3>	
<p>★ Elles sont interdites sur tout le territoire hors certaines exceptions :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Les enseignes numériques non animées perpendiculaires au mur des pharmacies (croix vertes). -les enseignes numériques non animées parallèles au mur des établissements culturels jusqu'à 6m² maximum par établissement. 	<p>L'interdiction globale des enseignes numériques sur tout le territoire est un parti-pris fort pour l'environnement et le cadre de vie.</p>		<p>Mesure à défendre : Alors que les dispositifs numériques sont la nouvelle menace dominante en cours de déploiement par le secteur de l'affichage, il est très important de défendre la mesure du RLPi visant à les interdire. La pression des lobbies de l'affichage est forte contre cette mesure.</p>	<p>Pour s'exprimer sur ce sujet et d'autres en ligne, c'est <u>ici.</u></p>
<h2 style="text-align: center;"><u>Autres</u></h2> <ul style="list-style-type: none"> ★ Les publicités lumineuses sur toiture sont interdites. ★ Les enseignes sont interdites sur toiture en dehors des zones d'activités commerciales / économiques. ★ La publicité (hors sur mobilier urbain) est interdite dans les secteurs naturels, paysagers, les secteurs patrimoniaux, les centres villes / bourgs / village, les tissus résidentiels et certaines zones économiques à caractère paysager. ★ La publicité est limitée à 2m² ou 4m² le long des axes très fréquentés et dans les autres zones économiques. 	<p>L'interdiction globale de la publicité (hors mobilier urbain) dans plusieurs zones concerne 46% du territoire de la Métropole.</p> <p>La limitation des formats dans les autres zones à 4m² et 2m² sont un effort notable et une avancée pour la protection de l'environnement et du cadre de vie.</p>	<p>L'interdiction de la publicité ne concerne pas le mobilier urbain alors que ce type de support est le plus présent dans la vie des usagers du territoire.</p> <p>Le maintien de la publicité le long des axes très circulés dans les tissus résidentiels a pour effet de sur-exposer les riverains de ces axes à de nombreuses nuisances (insécurité routière, pollution de l'air, nuisances auditives et donc pollution visuel et dégradation du cadre urbain par la publicité).</p>	<p>Mesure à défendre : L'interdiction de la publicité sur les secteurs ciblés par le projet de RLPi.</p> <p>Amélioration à exiger : Extension du principe d'interdiction de la publicité à celle relevant du mobilier urbain.</p> <p>Amélioration à exiger : Interdire la publicité le long des axes très circulés traversant les tissus résidentiels.</p> <p>Amélioration à exiger : réduire la taille des panneaux là où ils restent autorisés à 50 x 70 cm.</p>	<p>Pour s'exprimer sur ce sujet et d'autres en ligne, c'est <u>ici.</u></p>

*La participation à l'enquête publique peut se faire en physique lors d'une des 13 permanences effectuées dans différentes mairies ou Hôtel de la Métropole, soit par écrit sur les registres d'enquête ouverts dans les Mairies, soit sur le site dédié, ou encore par mail à rlp-grandlyon@mail.registre-numerique.fr.

Les permanences restantes d'ici à la fin de l'enquête publique (sur rendez-vous) :

- à la Mairie de Villeurbanne, le lundi 3 octobre 2022 de 9h00 à 12h00,
- à la Mairie de Dardilly, le jeudi 6 octobre 2022 de 13h30 à 16h30,
- à la Mairie de Genay, le samedi 8 octobre 2022 de 9h00 à 11h30,
- à la Mairie de Saint-Priest, le lundi 10 octobre 2022 de 14h00 à 17h00,
- à la direction de l'économie, du commerce et de l'artisanat de la Ville de Lyon, située 198 avenue Jean Jaurès à Lyon 7ème, le jeudi 13 octobre 2022 de 9h00 à 12h00,
- à la Mairie de Vernaison, le vendredi 14 octobre 2022 de 9h00 à 12h00,
- au service urbanisme de la Ville de Décines-Charpieu, situé à la mairie annexe, Bourg de Charpieu, 8 place Henri Barbusse, le lundi 17 octobre 2022 de 14h00 à 17h00,
- à l'Hôtel de la Métropole, le mercredi 19 octobre 2022 de 13h00 à 16h00.