



Clermont-Auvergne Métropole :
**Dix mesures minimales
pour sauver le projet
de Règlement Local de Publicité
intercommunal**

Repères :

13 août 2018

la métropole décide d'élaborer un règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

27 septembre 2019

le conseil municipal de Clermont-Ferrand déclare à l'unanimité l'état d'urgence climatique et s'engage notamment à « diminuer l'impact visuel et lumineux de l'affichage publicitaire »

Septembre 2021

le bureau d'études qui « accompagne » le projet reste sourd à cet appel et aux messages d'alerte des associations de défense de l'environnement. Non seulement il ne tient aucun compte des enjeux environnementaux et sociétaux en cause, mais va à l'inverse de tout ce qu'il convient de faire.

Il prône entre autres :

- **le découpage du territoire en de multiples zones et sous-zones**, mesure qui met à mal le principe d'égalité entre habitants d'un même territoire ;
- **l'adoption de règles ultra laxistes**, permises dans les unités urbaines de plus de 100 000 habitants ;
- **l'installation massive de publicités lumineuses jusque sur les voies publiques** (trottoirs), y compris illégalement ;
- **la remise en cause de l'interdiction de la publicité dans les lieux protégés** par l'article L. 581-8 du Code de l'environnement ;
- **l'autorisation des dispositifs les plus agressifs et intrusifs** que sont les écrans numériques.

Face à ce projet anti-environnemental et sociétal et afin, notamment, que le futur RLPi de Clermont-Auvergne Métropole, respecte le principe d'équité et traduise l'implication de la collectivité en faveur de la lutte contre le péril climatique, les associations et collectifs appellent à la raison et demandent au président Olivier Bianchi ainsi qu'aux conseillers métropolitains que soient prises, *a minima*, les mesures suivantes sur l'ensemble du territoire concerné :

1.

Maintien des interdictions mentionnées à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement

le RLP ne doit en aucun cas devenir un outil de déconstruction des mesures de protection instaurées par la loi (sites patrimoniaux remarquables, sites inscrits, périmètres de protection des monuments historiques, ZNIEFF, sites « Natura 2000 », PNR) ;

2.

Interdiction des publicités et enseignes numériques

l'interdiction des dispositifs numériques est une priorité absolue. Les nuisances engendrées par ces dispositifs ne se limitent pas à la dépense d'énergie (un écran consomme treize fois plus qu'un mobilier déroulant classique) : ils happent l'attention, sont extrêmement intrusifs, nuisent à la faune et vont à l'encontre des mesures prises par ailleurs pour protéger le ciel nocturne. Ils sont d'ailleurs interdits à Paris (publicités et enseignes, ville de plus de deux millions d'habitants) ;

3.

Interdiction de toute publicité sur les voies publiques (dite sur mobilier urbain)

quel que soit le lieu, le mobilier urbain ne doit pas être détourné de sa fonction au profit de la publicité et des multiples nuisances qu'elle engendre : moins que partout ailleurs cette dernière n'a sa place sur les voies publiques (trottoirs). La collectivité se doit d'être exemplaire sur les lieux relevant directement de sa responsabilité ;

4.

Interdiction des enseignes sur toiture

les enseignes sur toiture sont systématiquement lumineuses et bénéficient essentiellement à la grande distribution. Une telle mesure s'impose plus que partout ailleurs au regard du contexte paysager spécifique de la métropole (écran de montagnes) ;

5.

Respect du principe d'équité

les habitants d'un même territoire doivent bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie et de l'environnement. Dans plusieurs communes, la publicité ne peut être que murale et ne peut dépasser 4 m². Il convient donc *a minima* que, sur l'ensemble du territoire de la métropole, aucune publicité ne dépasse cette surface et que les publicités scellées au sol soient interdites ou limitées de façon drastique dans les autres (Les publicités scellées au sol de plus de 2 m² sont de véritables constructions. Du fait de leur taille et de leur impact - elles sont lumineuses, à affiches défilantes et motorisées - elles s'imposent au regard) ;

6.

Réduction drastique du nombre de zones

la multiplication du nombre de zones, sous-zones et autres "trames" (7 dans la version actuelle !), nuit à la lisibilité d'un règlement et à son applicabilité. Elle va à l'encontre du principe d'équité, tant entre habitants qu'entre acteurs économiques. Le paysage et le territoire sont des biens communs (Article 5 de la Convention européenne du paysage, du 20 octobre 2000 et L105-1 du Code de l'urbanisme) : le règlement doit être simple d'application et compréhensible pour chaque administré qui est lui-même un acteur du territoire ;

7.

Interdiction des enseignes scellées au sol, sauf exception

(lorsqu'aucune des enseignes murales d'un bâtiment abritant une activité n'est visible depuis une voie ouverte à la circulation publique).

les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol portent non seulement atteinte au cadre de vie et à l'environnement, mais elles vont à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence, essentiellement au détriment des commerces de centre ville et de proximité ;

8.

Limitation de la surface maximale des enseignes sur façade

la réglementation nationale ne fixe qu'une règle de pourcentage pour ce type d'enseignes. De ce fait, de telles enseignes peuvent atteindre sur les bâtiments commerciaux de grandes dimensions des surfaces considérables. Il convient donc d'assortir la règle de pourcentage d'une surface cumulée maximale de 4 m² pour les façades de 50 m² ou moins et de 6 m² pour les façades de plus de 50 m² ;

9.

Réhabilitation des zones et axes commerciaux

les zones et axes commerciaux sont les lauréats de la « France Moche », vecteurs du gaspillage, de la surconsommation et de la mise en difficulté (financière, sanitaire) des populations les moins en mesure de se défendre contre le harcèlement publicitaire. La hiérarchisation des paysages en fonction de leur qualité estimée est le plus souvent un non-sens : un RLPi ne doit pas aggraver les inégalités en instaurant une discrimination sociale par le zonage spatial et en infligeant une double peine aux habitants des quartiers les moins favorisés. Il doit, au contraire, contribuer à la reconquête des parties du territoire les plus dégradées et à améliorer la qualité du cadre de ceux qui y résident ;

10.

Réglementation des enseignes temporaires pour des opérations dites exceptionnelles de moins de trois mois

les mesures prévues par la réglementation nationale sont extrêmement permissives. À défaut de mesures prises dans le cadre d'un RLP, les enseignes temporaires permettraient de contourner les mesures prises en matière d'enseignes permanentes. Il convient donc de préciser que seules sont autorisées les enseignes sur la façade principale à raison de deux maximum d'une surface d'au plus 2 m².

Les associations et collectifs signataires :

- Alternatiba 63
- ANV-Cop21 63
- Chauve-souris Auvergne
- FRANE
- Greenpeace Clermont-Ferrand
- Paysages de France
- Puy-de-Dôme Nature Environnement
- Sites & Monuments
- Stop Pub - Clermont Métropole