

Lyon, le 14 mars 2019

Règlement local de publicité : une concertation constructive avec l'ensemble des acteurs

Dans le cadre de la période de concertation dédiée au Règlement Local de Publicité, la Métropole de Lyon organise ce soir à l'UCLY une réunion publique. L'ensemble des acteurs sont invités à participer au débat : associations, syndicats de professionnels et grand public. L'occasion pour la Métropole de Lyon de rappeler les enjeux de cette concertation et le travail mené depuis plus d'un an en partenariat avec l'ensemble des communes et des parties prenantes.

Depuis le 22 janvier 2018, la Métropole mène une grande concertation pour approuver le 1^{er} Règlement Local de Publicité à l'échelle du territoire. **Pour cela, elle a engagé un dispositif de concertation ambitieux en étroite collaboration avec l'ensemble des communes du territoire** mais aussi intercommunalités et communes limitrophes de la Métropole, permettant de recevoir plus de 800 contributions de la part du grand public. Elle s'est également orientée vers les **associations et les syndicats professionnels de l'affichage avec un dispositif plus spécifique**, permettant d'analyser près de 150 contributions recueillies auprès des 8 associations et des 4 syndicats professionnels rencontrés.

« La Métropole a souhaité mener une concertation exemplaire et équilibrée, à l'image de celle menée dans le cadre du PLU-H. Nous avons donc fait le choix d'à la fois préserver le patrimoine et le paysage du territoire et de renforcer le cadre de vie des habitants par un encadrement fort des dispositifs publicitaires tout en valorisant les activités commerciales en centre-ville et des petits commerces de centre-bourg » souligne Patrick Veron, conseiller délégué aux Règlements locaux de publicité aux services aux communes en matière d'instruction et d'autorisation du droit des sols.

Plus concrètement ce règlement, fortement maîtrisé, a pour objectif à la fois de :

- **Limiter la taille et le nombre des dispositifs publicitaires**, encadrer la forme et l'implantation des enseignes tout en assurant liberté et droit à la communication ;
- **Dédensifier les dispositifs publicitaires** en les harmonisant aux différents contextes urbains
- **Limiter les dispositifs numériques** en les adaptant à leur contexte urbain, patrimonial et paysager
- **Assurer la protection et la valorisation des sites patrimoniaux les plus remarquables** en limitant fortement l'impact de la publicité
- **Harmoniser les règles** pour un document unique sur tout le territoire.

À l'issue de cette période de concertation fin mars, le Conseil de la Métropole sera appelé à délibérer sur la fin du projet à la fin de l'été. Une enquête publique avec recueil des contributions manuscrites et numériques sera par la suite mise en place avec l'objectif d'approuver le RLP début 2020.

Contacts presse :

Magali Desongins mdesongins@grandlyon.com

04 26 99 36 80 – 06 69 33 08 90



/legrandlyon



@grandlyon



#grandlyon

GRANDLYON
la métropole