

MAIRIE DE METZ

CONSEIL MUNICIPAL DE LA VILLE DE METZ

REGISTRE DES DELIBERATIONS

Séance du 18 décembre 2014

DCM N° 14-12-18-13

Objet : Révision du Règlement Local de Publicité de la Ville de Metz.

Rapporteur: M. KOENIG

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document d'urbanisme qui a pour but d'adapter les règles nationales régissant la présence de la publicité et des enseignes dans le paysage et le cadre de vie aux prescriptions locales.

Le RLP a été adopté par la Ville de Metz le 2 janvier 1985 et a fait l'objet d'une première révision approuvée le 4 mai 1992. Outre l'importance et la richesse du patrimoine architectural et urbanistique de la Ville de Metz qui nécessite de préserver le centre-ville, une nouvelle révision du règlement local de la Ville de Metz se justifie aujourd'hui pour deux raisons :

D'une part, la réglementation nationale applicable à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes a été très profondément modifiée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 modifié qui apporte de nouvelles restrictions (règles de densité, diminution des surfaces unitaires, restrictions concernant la publicité lumineuse) mais aussi de nouvelles possibilités (bâches publicitaires, micro-affichage...). Dans la mesure où le règlement local de publicité ne peut que « restreindre » les possibilités résultant des règles nationales, il convient donc de supprimer ou d'adapter les règles locales applicables résultant du règlement local de 1992 pour les mettre en adéquation avec le nouveau cadre juridique ; en tout état de cause, si aucune révision du règlement local n'était adoptée avant le 13 juillet 2020, le règlement de 1992 deviendrait automatiquement caduc à cette date.

D'autre part, en terme d'objectif, au-delà de la nécessité de mettre les dispositions applicables en adéquation avec le nouveau cadre juridique national, la révision du règlement local de publicité doit permettre de prendre en compte l'extension du périmètre du secteur sauvegardé qui entraîne une interdiction générale de toute publicité à l'intérieur du périmètre étendu, quel que soit le support ou l'objet. Il semble donc nécessaire d'envisager de réintroduire, dans le secteur sauvegardé, certaines possibilités, limitées et encadrées, d'affichage publicitaire (sur mobilier urbain notamment) et d'y réglementer de façon spécifique l'installation des enseignes (qui y relèvent, par principe, d'un régime d'autorisation préalable du maire).

Inversement, en dehors du secteur sauvegardé, la nouvelle réglementation locale est l'occasion d'encadrer et de restreindre les nouvelles règles nationales, qu'il s'agisse par exemple de la densité des dispositifs publicitaires, selon la typologie des différents secteurs urbains, ou des possibilités d'installation des publicités lumineuses ou des bâches publicitaires notamment. Les nouvelles règles nationales particulièrement restrictives à l'égard des enseignes ne semblent pas, a priori, nécessiter que le règlement local y apporte de fortes restrictions supplémentaires, même s'il est sans doute envisageable de les compléter pour assurer une meilleure intégration des enseignes sur leurs supports et dans leur environnement.

Les règlements locaux de publicité (RLP), dont la procédure d'élaboration, de révision et de modification est alignée sur celle applicable aux plans locaux d'urbanisme (L.581-14 et L.581-14-1 du Code de l'environnement), doivent faire l'objet de mesures de concertations conformément à l'article L.300-2 du Code de l'Urbanisme.

La concertation envisagée comporte les modalités suivantes : information des habitants et des professionnels par la publication d'avis sur le site internet de la commune et dans le journal municipal « Metz Mag », ouverture d'un registre en vue de recueillir les observations du public pendant toute la durée de l'élaboration du projet et mise à disposition du dossier de révision comprenant les pièces communicables qui pourront évoluer au fur et à mesure de l'avancement des études, tenue d'une réunion publique, avant le débat en conseil municipal sur les orientations, organisation de deux réunions techniques pour débattre, d'une part du diagnostic de la situation, et d'autre part des orientations de la révision. Ces réunions seront annoncées avant leur tenue sur le site Internet de la Ville et pourront permettre aux représentants de tout organisme compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement, d'y participer.

Par ailleurs, la procédure de révision du règlement local de publicité donnera encore l'occasion au conseil municipal de débattre et de décider à trois reprises concernant le règlement :

- après mise en œuvre de la concertation avec l'ensemble des personnes concernées et après association des personnes publiques, le conseil municipal devra débattre des grandes orientations du projet de révision de règlement local de publicité ; à l'instar du débat annuel d'orientations budgétaires, ce débat sur les orientations du projet de règlement ne fera pas l'objet d'un vote et d'une délibération ;
- au plus tôt deux mois après ce débat d'orientation, le conseil municipal examinera le projet de règlement local qui aura été élaboré et pourra, si celui-ci lui convient, arrêter le projet de révision du règlement local de publicité ;
- après les consultations administratives obligatoires et une enquête publique, le conseil municipal pourra approuver la révision du règlement local de publicité, qui sera alors immédiatement opposable aux dispositifs nouvellement installés après l'entrée en vigueur du règlement, mais qui ne sera applicable aux dispositifs préexistants (pour autant qu'ils soient alors régulièrement installés) qu'au terme d'un délai de deux ans s'agissant des publicités et pré-enseignes, et d'un délai de six ans s'agissant des enseignes.

En conséquence, la délibération suivante est soumise à l'approbation du Conseil Municipal.

LE CONSEIL MUNICIPAL

VU le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-14 et suivants ;

VU le code de l'urbanisme, notamment ses articles L. 123-6 et suivants, L. 300-2 et R. 123-15 et suivants, après en avoir délibéré ;

CONSIDERANT l'obligation, résultant des dispositions de l'article L. 300-2 du Code de l'urbanisme et des dispositions de l'article L. 581-14-1 du Code de l'environnement, faite au conseil municipal de délibérer non seulement sur les objectifs poursuivis par la révision du règlement local de publicité, mais également sur les modalités de la concertation ;

APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ

DECIDE de prescrire la révision du règlement local de publicité concernant l'ensemble du territoire aggloméré de la ville de Metz au regard de la loi Grenelle II n°2010-788 du 12 juillet 2010 ;

DEFINIT comme évoqué ci-dessus les objectifs et les modalités de la concertation qui sera mise en œuvre au cours de la révision du règlement local de publicité ;

CHARGE Monsieur le Maire ou son représentant de mettre en œuvre la présente délibération qui sera transmise aux personnes publiques évoquées à l'article L.123-6 du Code de l'Urbanisme, et de mettre en œuvre les mesures d'information, de publication et d'affichage nécessaires.

Vu et présenté pour enrôlement,

Signé :

Pour le Maire

L'Adjoint Délégué,

Sébastien KOENIG

Service à l'origine de la DCM : Pôle Juridique et Moyens Généraux

Commissions :

Référence nomenclature «ACTES» : 9.1 Autres domaines de compétences des communes

Séance ouverte à 16h00 sous la Présidence de M. Dominique GROS Maire de Metz ,
Nombre de membres élus au Conseil Municipal : 55 dont 55 sont encore en fonction à la date de la délibération.

Membres assistant à la séance : 41 Absents : 14

Dont excusés : 9

Décision : ADOPTÉE À LA MAJORITÉ