

| | | |
|---|--|---|
| <i>Nombre de membres au Conseil métropolitain : 99 titulaires – 40 suppléants</i> | <i>Conseillers en fonction : 99 titulaires – 40 suppléants</i> | <i>Conseillers présents : 77 Dont suppléant(s) : 1 Pouvoirs : 13 Absent(s) excusé(s) : 23 Absent(s) : 0</i> |
|---|--|---|

Date de convocation : 22 septembre 2020

Vote(s) pour : 81
Vote(s) contre : 0
Abstention(s) : 9

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL METROPOLITAIN

Séance du Lundi 28 septembre 2020,

Sous la présidence de Monsieur François GROSDIDIER, Président de Metz Métropole, Maire de Metz.

Secrétaire de séance : Barbara FALK.

Point n° 2020-09-28-CC-8.1 :

Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Metz Métropole : prescription de son élaboration, définition des objectifs poursuivis, modalités de concertation.

Rapporteur : Monsieur Jean COMBELLES

Le Conseil,
Les Commissions entendues,

VU le Code Général des Collectivités Territoriales, et notamment son article L.5217-2,
VU le Code de l'Environnement, et en particulier ses articles L.581-1 et suivants et R.581-1 et suivants,
VU le Code de l'Urbanisme et notamment ses articles L.103-2, L.153-1 et suivants,
VU la Loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (Loi ENE) et le Décret du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes,
VU la Loi relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique du 27 décembre 2019,
VU le Schéma de Cohérence Territoriale de l'Agglomération Messine (SCoTAM) approuvé en date du 20 novembre 2014 et mis en révision le 3 juillet 2017,
VU le projet de SCoTAM 2 arrêté le 12 décembre 2019,
VU la délibération du Conseil de Communauté en date du 18 décembre 2017 "Plan Local d'Urbanisme, document en tenant lieu ou carte communale : exercice de la compétence et achèvement des procédures communales par Metz Métropole au 1er janvier 2018",
VU la délibération du Conseil métropolitain en date du 18 mars 2019 prescrivant l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi), définissant les objectifs poursuivis, les modalités de la concertation et la collaboration entre Metz Métropole et les communes membres,
VU les Règlements Locaux de Publicité (RLP) communaux en vigueur sur le territoire de Metz Métropole,
CONSIDERANT l'intérêt de conserver les RLP ante-Loi ENE actifs durant la phase d'élaboration du RLPI,
CONSIDERANT que les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ont fait l'objet d'un examen en Conférence Intercommunale des Maires en Urbanisme (CIMU) le 22 septembre 2020,
CONSIDERANT la volonté de définir une politique cohérente en matière d'affichage publicitaire et d'enseignes sur l'ensemble du territoire métropolitain,
CONSIDERANT l'intérêt pour Metz Métropole de protéger et de mettre en valeur le cadre de vie de ses habitants,

CONSIDERANT l'intérêt pour Metz Métropole de préserver l'attractivité liée au développement économique sur son territoire,

CONSIDERANT l'intérêt de mettre en œuvre la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Metz Métropole, pour répondre aux enjeux et objectifs définis (figurant en annexe 1 de la présente délibération) selon les modalités de concertation envisagées (figurant à l'annexe 2 de la présente délibération),

DECIDE de prescrire l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) qui couvrira l'intégralité du territoire métropolitain,

DECIDE de définir les objectifs poursuivis, tels que présentés en pièce annexe n°1,

DECIDE de définir les objectifs et de fixer les modalités de la concertation préalable au titre de l'article L.103-2 et suivants du Code de l'Urbanisme, tels que définis dans la pièce en annexe n°2,

PRECISE que la présente délibération fera l'objet, conformément aux articles R.153-20 et R.153-21 du Code de l'Urbanisme, d'un affichage au sein de l'ensemble des 44 mairies et au siège de Metz Métropole durant un mois et d'une mention dans un journal local,

PRECISE que la présente délibération sera exécutoire dès lors qu'elle aura fait l'objet des mesures de publicité précitées et qu'elle aura été transmise à l'autorité administrative compétente de l'Etat, et ce conformément aux articles L153-44 et L153-23 du Code de l'Urbanisme.

Pour extrait conforme
Metz, le 29 septembre 2020
Pour le Président et par délégation
La Secrétaire Générale


Marjorie MAFFERT-PELLAT



Annexe 1

Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Metz Métropole : les objectifs poursuivis

➤ Concilier attractivité économique et qualité du cadre de vie

- Confirmer le rôle du commerce au cœur de la Métropole comme facteur d'attractivité et de développement économique pour le territoire (centre-ville de Metz, ZAC de l'Amphithéâtre, centre commercial Waves à Moulins-lès-Metz,...) ;
- Favoriser l'accueil de nouveaux commerces ou la pérennisation de ceux existants, en les rendant lisibles et attractifs, notamment dans les zones d'activités économiques (aux typologies diverses et réparties sur l'ensemble du territoire métropolitain) ;
- Accompagner l'aménagement, le développement ou la requalification des zones d'activités économiques et commerciales à l'échelle de la Métropole (ex : Parc du Technopôle à Metz, zone commerciale de Moulins Tournebride, ...) ;
- Apporter davantage de visibilité aux zones d'activités notamment artisanales des communes péri-urbaines, ZA de Peltre, Le Breuil à Jury,...) à travers une publicité qualitative et appropriée au lieu ;
- Rechercher l'intégration qualitative des enseignes et des dispositifs publicitaires dans lesdites zones d'activités et plus largement dans l'ensemble des espaces accueillant du commerce et des services (ex : zones d'activités commerciales de Marly, Augny, Moulins-lès-Metz, zone de loisirs de Saint-Julien-lès-Metz,...) ;
- Encourager la mutualisation des supports et leur harmonisation sur l'ensemble du territoire, et en particulier aux entrées de ville et village, et aux abords des grandes zones d'activités commerciales.

➤ Renforcer l'identité métropolitaine en harmonisant la réglementation locale sur le territoire et en prenant en compte les spécificités locales

- Construire une politique cohérente d'affichage et de publicité ;
- Préserver et mettre en valeur les atouts du territoire métropolitain, qui possède un patrimoine bâti et naturel riche et varié (secteurs anciens de la Ville de Metz, monuments historiques protégés dans bon nombre de communes de la métropole, points de vue remarquables,...) ;
- Intégrer une réflexion en matière de protection et de mise en valeur du patrimoine architectural et paysager au regard de la publicité, notamment au sein des périmètres de protection des monuments historiques et des sites patrimoniaux remarquables (SPR de Metz, de Montigny-Lès-Metz et de Scy-Chazelles) ;
- Favoriser une qualité des espaces publics et des espaces naturels, notamment aux abords des grands espaces naturels emblématiques comme le Mont Saint Quentin ou les côtes de Moselle, à proximité des cours d'eau et de leurs berges (Moselle, Seille, canal de Jouy, ruisseaux traversant les territoires urbanisés...) mais aussi des parcs urbains et des jardins comme par exemple le jardin botanique à Montigny-Lès-Metz, les jardins de Jean-Marie Pelt à Metz,... ;
- Lutter contre la pollution visuelle générée par une publicité trop envahissante et peu harmonieuse partout sur le territoire ;
- Valoriser et requalifier les entrées de ville et les axes structurants, aussi bien pour les communes en cœur d'agglomération que pour les communes plus urbaines ou rurales (exemples : les entrées de ville Nord et Nord Est de St Julien-Lès-Metz, des communes de

la vallée de Montvaux comme Amanvillers, l'axe constitué des rues du XXème Corps Américain (Metz), Général Franiatte (Montigny-Lès-Metz) et Costes Bellonte et de l'Aérogare (Marly) jusqu'à la zones d'activités de Belle Fontaine, l'avenue de Thionville (Nord de Metz et Woippy), ou bien encore l'entrée de La Maxe avec la zone d'activités rejoignant le site de l'ex centrale EDF,...

- Organiser et réglementer l'affichage publicitaire et la pose d'enseignes au regard des spécificités de l'armature urbaine métropolitaine : cœur d'agglomération, centres villes, bourgs et quartiers ; ceci en lien avec le PLUi ;
- Garantir la cohérence des règles et actions entre le RLPi et le PLUi

➤ Mieux encadrer le développement des nouvelles technologies en matière d'affichage publicitaire et d'enseignes pour construire une Métropole durable et respectueuse de la biodiversité

- Promouvoir des dispositifs publicitaires économes en énergie et réalisés en matériaux durables et recyclables ;
- Ne pas porter atteinte, par la présence de dispositifs publicitaires inappropriés, à la nature en ville en tant qu'élément structurant du projet urbain et support de biodiversité, dans chaque quartier (alignements d'arbres, squares, parcs...)
- Préserver les réservoirs et les espaces de biodiversité en luttant contre la pollution lumineuse des dispositifs éclairés (enseignes et panneaux publicitaires) partout sur le territoire métropolitain.

➤ Garantir la cohérence entre le RLPi et le PLUi (en cours d'élaboration)

- Faire en sorte que les deux documents de planification intercommunale en cours d'élaboration puissent, sur des thématiques comme celles définies ci-avant, s'enrichir l'un l'autre et répondre harmonieusement aux enjeux communs affichés.
- Veiller à la cohérence entre ces documents qui traduisent tous deux, une politique volontariste en matière de cadre de vie et de développement économique vertueux.

La définition de ces différents enjeux s'appuie bien entendu sur les ambitions portées par le Projet Métropolitain, pour la plupart réaffirmées dans les orientations du PLUi, et en particulier sa volonté de construire une "Métropole rayonnante et attractive". En ce sens, la délibération de prescription du PLUi, rappelle plusieurs objectifs d'ordre économique et en particulier :

- *Confirmer le rôle du commerce au cœur de la Métropole comme facteur d'attractivité, de développement économique et de services pour le territoire ;*
- *Organiser l'aménagement des zones d'activités économiques et commerciales à l'échelle de la Métropole.*
- *Organiser la Métropole en intégrant les spécificités de son armature urbaine : cœur d'agglomération, centres-villes, bourgs et quartiers" constitue dans le même temps, un axe fort de développement et d'organisation du territoire métropolitain.*

Metz Métropole affiche au travers de l'ensemble de ces objectifs, sa volonté de préserver et de mettre en valeur son patrimoine naturel et bâti riche de ses diversités sur un territoire durable et attractif, en assurant aux habitants un cadre de vie de qualité.

Annexe 2

Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Metz Métropole : **Les modalités de concertation avec les habitants, les associations locales et les organismes concernés**

Les objectifs de la concertation :

- Donner l'accès au public (habitants, associations et toute autre personne concernée) à une information claire tout au long de la concertation, et à des moyens pour s'exprimer sur le projet ;
- Sensibiliser la population et les organismes concernés aux enjeux et objectifs de la démarche conduite en vue de favoriser l'appropriation du projet ;
- Recueillir leurs attentes et leurs propositions pour alimenter la réflexion et enrichir le projet.

Les modalités de concertation :

- Mise à disposition du public d'un dossier de RLPi (numérique ou papier) contenant les documents élaborés et validés tout au long de la procédure et ce jusqu'à l'arrêt du projet, au siège de Metz Métropole et dans chaque mairie des communes-membres, aux heures et jours habituels d'ouverture au public ;
- Mise à disposition du public d'un registre de concertation recueillant les observations, remarques et propositions, au siège de Metz Métropole et dans chacune des mairies des communes-membres, aux heures et jours habituels d'ouverture au public ;
A noter, pour la Ville de Metz, un dossier de RLPi et un registre de concertation seront mis à disposition dans chaque mairie de quartier ;
- Possibilité offerte au public de formuler ses observations par courrier adressé au Président de Metz Métropole, au siège de Metz Métropole ou par courriel à l'adresse suivante : rlpi@metzmetropole.fr ;
- Informations régulières sur le site internet de Metz Métropole permettant au public intéressé de prendre connaissance du dossier et de ses évolutions tout au long de la procédure ;
- Organisation d'une réunion publique par secteur géographique et/ou par thématique, pour échanger sur le diagnostic et les orientations du règlement préalablement à la délibération tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de RLPi ;
- Réalisation de panneaux d'exposition sur l'élaboration du RLPi, actualisés à l'issue des phases clés et affichés au siège de Metz Métropole et mis à disposition des communes ;
- Rédaction d'articles sur l'avancée de la démarche dans la presse locale, les bulletins métropolitains et municipaux.

Les personnes publiques associées, comme divers organismes définis à l'article L132-7 du Code de l'Urbanisme, sont associées à l'élaboration du RLPi, conformément aux dispositions des articles L132-10 et suivants, et L.153-16 et suivants du Code de l'Urbanisme.

Résumé de l'acte

057-200039865-20200928-09-28-20-DC8-1-DE

Numéro de l'acte : 09-28-20-DC8-1
Date de décision : lundi 28 septembre 2020
Nature de l'acte : DE
Objet : Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Metz Métropole : prescription de son élaboration, définition des objectifs poursuivis, modalités de concertation
Classification : 8.8 - Environnement
Rédacteur : Catherine DELLES
AR reçu le : 30/09/2020
Numéro AR : 057-200039865-20200928-09-28-20-DC8-1-DE
Document principal : 99_DE-8-1.pdf

Pièces jointes :

99_DE-Point 8-RLPI ANNEXE 1.pdf
99_DE-Point 8-RLPI ANNEXE 2.pdf

Historique :

| | | |
|----------------|--------------------------|------------------|
| 30/09/20 10:37 | En cours de création | |
| 30/09/20 10:39 | En préparation | Catherine DELLES |
| 30/09/20 10:43 | Reçu | Catherine DELLES |
| 30/09/20 10:54 | En cours de transmission | |
| 30/09/20 10:55 | Transmis en Préfecture | |
| 30/09/20 11:04 | Accusé de réception reçu | |