



A l'attention de Monsieur le Président de la commission d'enquête publique d'élaboration du RLPi

Objet : Contribution à l'enquête publique ouverte sur l'élaboration du RLPi.

Pollution du cadre de vie, environnementale et paysagère, la publicité est inscrite dans le code de l'environnement depuis 1979. La publicité dans l'espace public s'impose aux citoyen·nes : **l'espace public est le seul lieu où la publicité est inévitable. Il convient dès lors de la réduire de façon drastique afin de respecter la liberté** des citoyen·nes à ne pas recevoir d'injonctions publicitaires.

Lors de la concertation préalable ouverte jusqu'au 15 Septembre 2021, nous avons démontré dans notre contribution(1) que la publicité **incite à la surconsommation et prône un idéal de vie polluant, qu'elle favorise les grandes entreprises au détriment du commerce local, et qu'elle génère une pollution intrinsèque, surtout lorsqu'elle est lumineuse et/ou numérique.**

Constat partagé par la Convention citoyenne pour le climat qui avait développé un axe ambitieux sur la régulation de la publicité dans l'espace public et sur nos écrans en demandant :

- L'interdiction de manière efficace et opérante la publicité des produits les plus émetteurs de GES, sur tous les supports publicitaires
- La régulation de la publicité pour limiter fortement les incitations quotidiennes et non-choisies à la consommation.
- La mise en place de mentions pour inciter à moins consommer

Lors des élections municipales, la municipalité de Rennes s'est engagée à limiter la place de la publicité dans l'espace public en supprimant les panneaux numériques, en appliquant strictement la loi qui oblige les commerçants à éteindre leurs vitrines y compris les écrans qui se multiplient dans les vitrines ces derniers temps. Dans le cadre de la révision du Règlement local de publicité à l'échelle métropolitaine, la municipalité a également promis la suppression totale des panneaux 4x3 pour Rennes.

Le RLPi proposé constitue un progrès sur certains points mais un progrès très limité par rapport aux choix qui auraient pu être faits.

Pour réellement limiter la publicité sur le territoire de la métropole, nous estimons nécessaire de :

- **Arrêter les contrats de mobiliers urbains publicitaires.** Les panneaux peuvent devenir des supports d'information d'intérêt général (événements artistiques / culturels) ou être remplacés par des arbres. Si cette publicité génère aujourd'hui des recettes pour la collectivité (taxes et redevances), on ne peut accepter que cela se fasse au prix de la privatisation de l'espace public. Il est possible de financer l'action publique par d'autres alternatives. Par exemple, en 2014, la ville de Grenoble a pris la décision de ne pas reconduire un contrat qui la liait à JC Decaux. Ce contrat représentait moins de 0,1 % du budget de la ville. (Plein la vue, 2018).
- **Proscrire les écrans numériques publicitaires** - énergivores, fortement polluants et visuellement agressifs - ou à défaut, il convient d'en limiter la taille à 1m2, ce qui restreindra fortement l'impact visuel (et l'intérêt pour les afficheurs/entreprises qui les utilisent),
- **Encadrer l'éclairage** des panneaux publicitaires scellés au sol ou sur façade : prévoir des horaires d'extinction nocturne de 22 h à 7h ; éteindre les publicités sur les abris bus après le passage du dernier bus,
- **Interdire l'éclairage de vitrines commerciales et des enseignes publicitaires lumineuses dès la fermeture des magasins** le soir et les dimanches ce qui permettrait un respect de la « trame noire » dont le but – ainsi que le rappelle la délibération de prescription du RPLi - est de préserver la biodiversité et la santé humaine.
- **Restreindre davantage la taille des enseignes scellées au sol** (jusqu'à 6m2 dans le projet actuel). Une limitation à 4m2 dans toutes les zones constituerait un progrès réel et permettrait plus d'équité entre les habitants de l'agglomération
- **Interdire ou restreindre la taille des bâches permanentes et les bâches de chantier**, (lorsqu'elles sont support de publicité), qui sont aujourd'hui autorisées dans quasiment toute l'agglomération.
- **Dédier le mobilier urbain à l'affichage public et associatif et en développant celui-ci.** En effet, les espaces d'affichages publics dédiés à l'information sur les manifestations publiques, événements associatifs, élections HLM, vie locale... qui favorisent la cohésion sociale et le dynamisme culturel de la Métropole devraient d'une façon générale être plus nombreux dans l'agglomération, tout en respectant des règles permettant d'assurer leur faible impact sur l'environnement et le cadre de vie (tailles limitées, pas de panneaux numériques)

Par ailleurs, pour que le RLPi soit réellement impactant, il convient de garantir sa mise en œuvre effective :

Le bilan initial fait par Rennes Métropole (RM) montre qu'actuellement, dans les communes concernées, de nombreux dispositifs sont en infraction sans que les autorités compétentes (Maires ou Préfet) n'agissent. Assurer la mise en œuvre du RLPi une fois celui-ci voté représente donc un véritable enjeu sur lequel le projet actuel reste muet.

La 'loi climat' prévoit que ce soient les municipalités qui fassent respecter le règlement local de publicité mais que cette compétence puisse aussi être déléguée à la Métropole.

Il apparaît évident que le pouvoir de police en matière de publicité serait appliqué de façon plus satisfaisante et homogène sur le territoire s'il était exercé par l'inter-communalité. La métropole pourrait avoir une équipe dédiée de spécialistes en capacité de faire appliquer une réglementation complexe et de résister aux pressions des grands groupes. Elle pourrait aussi mener une communication adaptée à destination des commerçants et des communes (pour les informer des règles à respecter), ainsi que vers le grand public afin de le sensibiliser sur le sujet.

Le projet actuel prévoit que RM n'exercera pas la compétence de police en matière de publicité et laissera ce rôle aux municipalités. Il y a fort à craindre qu'il soit appliqué de façon très partielle et diverse selon les ressources humaines et la sensibilité des municipalités.

Manquent également au projet actuel les mesures et délais de mise en conformité des publicités et enseignes qui sont déjà en infraction par rapport aux règlements en vigueur (locaux ou nationaux) et également les mesures envisagées pour s'assurer du démontage des publicités/enseignes qui seront à terme non conformes au nouveau RLPi.

Nous souhaitons que la Métropole exerce le pouvoir de police en matière de publicité ou à défaut qu'elle s'engage à prévoir des moyens pour assurer la communication, la veille sur les dispositifs illégaux et soutenir les communes dans la mise en œuvre effective du RLPi.

Par ailleurs, afin de favoriser l'action citoyenne, nous proposons de créer des fiches de doléances (sur le modèle de celles de Rayon d'action qui ont pour vocation de signaler aux communes concernées les problèmes d'aménagements et/ou de voiries accidentogènes). Elles pourraient être disponibles en ligne pour que les citoyen·nes puissent s'en saisir rapidement lorsqu'ils et elles constatent une infraction. Ces fiches collectées par Rennes Métropole seraient ensuite revues avec les associations investies dans le domaine afin que des actions puissent être mises en œuvre rapidement pour une bonne application du RLPi.

Merci de prendre en compte cette contribution

(1) Contribution co-signé par Alternatiba Rennes, CoBEN, Extinction Rébellion, Paysage de France, Autiv, Zéro Waste, AMAP22.

Alternatiba est un mouvement citoyen de **mobilisation pour la justice sociale et climatique**, qui promeut des initiatives concrètes qui construisent une société durable, tout en s'opposant aux projets climaticides. Il réunit des milliers de citoyennes et citoyens au travers de groupes locaux partout en France mais aussi à l'étranger (Dakar, Haïti,...).

Alternatiba Rennes
Maison de la Consommation et de l'Environnement
48 Bd Magenta - 35000 RENNES
rennes@alternatiba.eu
alternatiba.eu/rennes