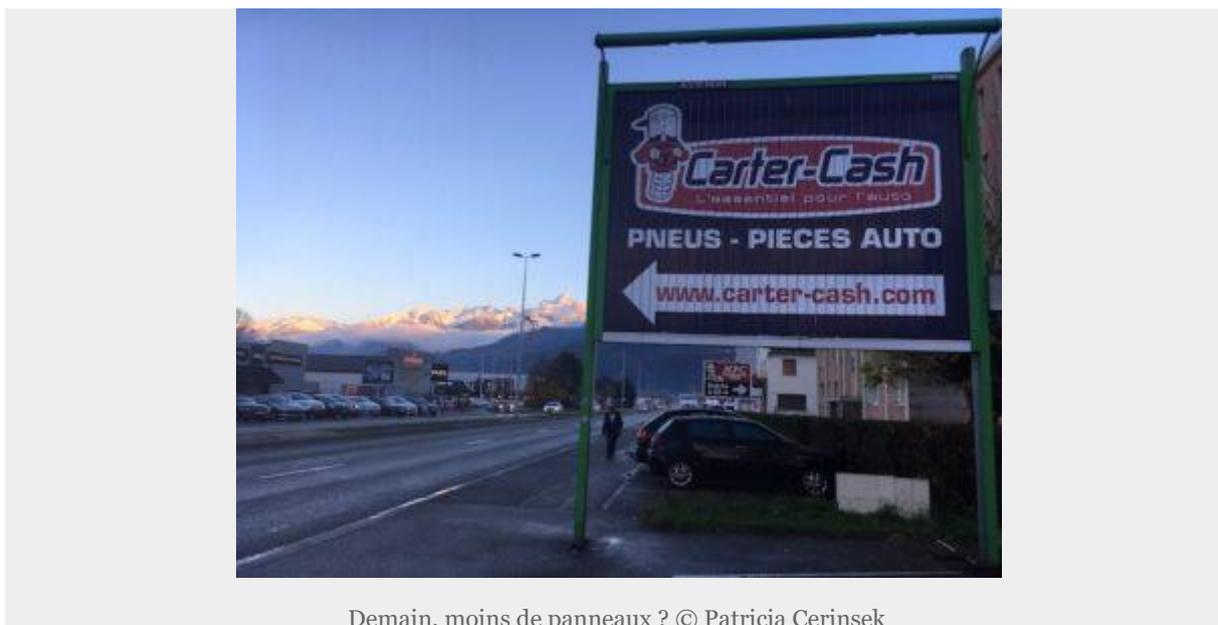


BIENTÔT LA FIN DES PANNEAUX PUBLICITAIRES DE PLUS DE 4 MÈTRES CARRÉS DANS LA MÉTROPOLE DE GRENOBLE

EN BREF – Finies les enseignes de 12 m² (les fameuses 4 X 3) mais aussi de 8 m² dans l'agglomération grenobloise ? La Métropole entend en effet faire le ménage et limiter l'affichage publicitaire à un format de 4 m². Si le futur règlement local de publicité intercommunal est adopté, plus de cinq cents enseignes grand format passeront à la trappe. La Métro estime ainsi faire un bon compromis sans marcher dans les pas de la Ville de Grenoble, qui avait en 2014 banni les panneaux Decaux de l'espace public.



En 2020, la Métropole de Grenoble ne devrait plus voir fleurir sur son espace public un seul panneau publicitaire de plus de 4 m². Si les conseillers métropolitains adoptent le futur règlement local de publicité intercommunal le 24 mai prochain, les 516 enseignes de 12 et 8 m² qui fleurissent actuellement sur 48 des 49 communes de la Métro passeront ainsi à la trappe. Soit près de 20 % de l'ensemble des publicités.

Les règlements locaux de publicité doivent en effet se mettre en conformité avec la loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010 d'ici juillet 2020. Sur le territoire, cette mise à jour concerne toutes les communes, sauf Fontaine dont le règlement actuel, postérieur à 2010, reste en vigueur.

L'objectif est donc d'harmoniser les règles sur les 48 communes mais aussi faire mieux que la réglementation nationale. « *On a la prétention que ce soit plus vertueux* », résumait ainsi Yannick Ollivier, le vice-président à la Métro délégué à l'aménagement du territoire, à *Place Gre'net* en janvier dernier.

Les publicités numériques limitées à 2 m² et sur les seuls abris-voyageurs

Une première étape s'achève donc. Celle de la concertation entre élus et services techniques, auxquels ont été parfois associés, non sans regard particulièrement critique, des associations comme **Paysages de France**.

Résultat : plusieurs mesures réglementaires vont être prises. La limitation de la taille des grandes enseignes, mais aussi la limitation des dispositifs publicitaires numériques à un format maximal de 2 m² et sur les seuls abris-voyageurs. Dans les zones d'activité, ces enseignes numériques seront par ailleurs limitées à 1 m².



© Patricia Cerinsek

Autre engagement : la densité des publicités sera limitée le long de certains axes de circulation. Dans les cœurs de ville et secteurs touristiques, ces enseignes devront faire l'objet d'un traitement adapté, avec notamment des « lettres découpées ». Là aussi, leur nombre devrait être limité.

Dans les espaces considérés comme plus sensibles, à savoir essentiellement autour des établissements scolaires, les enseignes seront limitées au mobilier urbain. Publicités qui partout, sauf dans les zones d'activités, seront interdites sur les toitures ou en terrasse.

Extinction des feux de 23 heures à 7 heures du matin

Enfin, les enseignes devront être éteintes de 23 heures à 7 heures du matin. Mais des dérogations seront possibles pour ceux exerçant une activité sur ce créneau horaire.

« Jusqu'à présent, la réglementation concernant la publicité était assez maigre : sur les 49 communes de notre territoire, seule la commune de Fontaine possédait un règlement conforme », souligne le président de la Métro Christophe Ferrari dans un communiqué. « Il en résulte des choses qui détonnent et déparent, de grands panneaux publicitaires qui déprécient les horizons remarquables de nos paysages alpins, l'architecture de nos rues et de nos bâtiments. »

Un bon compromis, comme le souligne Yannik Ollivier ?



Christophe Ferrari et Yannik Ollivier © Florent Mathieu – Place Grénet

La Métropole n'a pas suivi la voie tracée par la Ville de Grenoble. Sitôt élu, le maire écologiste Eric Piolle avait en effet appliqué sa promesse de campagne et mis un terme au contrat avec Decaux. Ce faisant, il avait dégagé de l'espace public 326 panneaux mais avait aussi dû tirer un trait sur plusieurs centaines de milliers d'euros de recettes de redevances par an.

Un pas que la Métro n'a manifestement pas consenti à franchir. Pas plus que le syndicat mixte des transports en commun (SMTC). Le SMTC a, en février dernier, reconduit son contrat avec Decaux sur ses abris voyageurs.

Reste à faire adopter ce nouveau règlement intercommunal. Après le vote le 24 mai, le projet de règlement sera soumis pendant trois mois à la consultation des personnes publiques associées. Dont **Paysages de France**, bien connue pour son regard acéré sur la question mais aussi ses procédures devant les tribunaux. Après quoi, une enquête publique sera ouverte cet automne. Objectif : adopter le règlement dès février prochain.

Patricia Cerinsek