



**Paysages
de France**

Association agréée
dans le cadre national
au titre des articles
L 141-1 et suivants
du Code de l'environnement,
habilitée pour prendre part
au débat sur l'environnement
au sein d'instances consultatives,
et agréée par le ministère
de la Justice au titre
de l'article 54.1°
de la loi n° 71-1130
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :

- Arcabas ,
artiste-peintre
- Gilbert Durand,
philosophe
- Alain Finkelkraut,
Philosophe, académicien
- Albert Jacquard,
généticien
- Louédin,
artiste-peintre
- Michel Maffesoli,
Sociologue
- François Morel,
artiste
- Edgar Morin,
sociologue
- Hubert Reeves,
astrophysicien

5, place Bir-Hakeim
38000 Grenoble

Tél. : 04 76 03 23 75
Fax : 08 97 10 20 23

contact@paysagesdefrance.org
www.paysagesdefrance.org



SPPEF

Grenoble, le 21 février 2020

Monsieur **Christophe FERRARI**
Président de Grenoble-Alpes-Métropole
Le Forum
3, rue Malakoff
38000 GRENOBLE

Lettre recommandée avec avis de réception – Lettre ouverte
N° 1A 166 437 7130 6

Monsieur le Président,

Le projet de RLPi de Grenoble-Alpes-Métropole a été adopté par votre conseil le 7 février 2020.

Certes, à la suite des multiples interventions¹ de Paysages de France et, notamment, de la réunion des 6 et 20 janvier 2020, des lacunes ont été comblées, des mesures illégales supprimées, et même un certain nombre de modifications et améliorations ont été apportées *in extremis* au projet.

Cependant, alors que Grenoble-Alpes-Métropole se fixe pour objectif de « *relever le défi climatique* », d'être à la pointe du combat contre le dérèglement climatique et de montrer la voie – ce dont Paysages de France ne peut que se féliciter – alors que, de son côté, Grenoble était devenue aux yeux du monde un laboratoire de la transition écologique et de la lutte contre les ravages de la publicité extérieure, et que, aujourd'hui, soutenue par toute la métropole, elle ambitionne ni plus ni moins de devenir en 2022 « *capitale verte européenne* », ces modifications ne sont rien au regard du message que certaines des mesures du RLPi, symboliquement et politiquement assurément désastreuses, vont renvoyer à la planète entière si rien n'est fait pour en corriger les effets.

Lors de la seconde entrevue avec monsieur Yann Mongaburu, le 4 février 2020, l'association, qui avait une nouvelle fois insisté sur l'impérieuse nécessité de prendre la mesure de la portée politique et symbolique de certains choix, avait évoqué les solutions qui permettraient encore et malgré tout de sortir de ce qui peut difficilement apparaître autrement que comme une incohérence flagrante entre les paroles et les actes, d'empêcher que les décisions prises à Grenoble ne servent en définitive que le *lobby* de la publicité extérieure – à commencer par le n° 1 mondial de la publicité sur les voies publiques ! – et d'éviter ainsi que le RLPi ne remette en cause la crédibilité même du positionnement que revendiquent la métropole et sa ville cœur.

¹ Au nombre desquelles mon courrier du 19 septembre 2019, que je me permets de joindre à la présente lettre compte tenu notamment des arguments, toujours d'actualité, qui y étaient développés.

Monsieur Mongaburu avait alors laissé entendre que, eu égard à l'enjeu majeur en cause, tant sur le fond que pour la métropole et la ville de Grenoble, la prise en compte des solutions suggérées étaient en effet parfaitement envisageables, cela dès à présent dans le projet de RLPi.

Hélas, tel n'a pas été le cas.

Nous voulons donc croire que seuls les délais très courts entre cette réunion et le vote (deux jours) ont empêché que ce « sauvetage » de dernière minute puisse intervenir à temps.

Aussi, à défaut de cette prise en compte dans le projet qui a fait l'objet de la délibération du 7 février 2020, nous demandons à la métropole de s'engager sur deux points.

Vous observerez au demeurant que certaines mesures n'interviendraient qu'à l'issue du contrat signé avec l'afficheur JCDecaux, soit dans onze ans !

C'est dire quelles concessions sont prêtes à faire nos associations pour que le « modèle grenoblois » ne soit pas ruiné par un RLPi dont tout montre qu'il a en effet failli, à cause notamment du rôle très négatif joué par le bureau d'études et l'impossibilité pendant de longs mois d'aborder les questions de fond.

Nous restons donc convaincus qu'une issue favorable pourra être enfin apportée à ce projet auquel, en toute logique, nos associations n'auraient jamais dû s'opposer dès lors que le minimum de cohérence aurait été respecté, ce qui donc n'est toujours pas le cas.

Le premier de ces points concerne, bien évidemment, la publicité sur les voies publiques, sujet éminemment sensible politiquement puisqu'il s'agit des lieux qui dépendent directement de la responsabilité de la collectivité, autrement dit de lieux où Grenoble-Alpes-Métropole, compte tenu de ses ambitions, se doit, bien plus que toute autre collectivité, d'être exemplaire.

La demande et les propositions, on ne peut plus « minimalistes » en l'occurrence, de nos associations concernent donc en premier lieu la publicité dite sur mobilier urbain.

Il s'agit pour la métropole de s'engager formellement dès à présent et au plus tard le 14 mars 2020 :

- À n'installer aucune publicité dans les secteurs (site patrimoniaux remarquables et périmètres des monuments historiques) où, en l'absence de disposition contraire dans le RLPi cette dernière serait,

en vertu des dispositions de l'article L581-8 du Code de l'environnement, tout simplement interdite² ;

- À modifier d'ici le 31 décembre 2020 le RLPi de façon à préciser dans le règlement qu'à l'issue des contrats signés avec un opérateur, en particulier celui signé par le SMMAG avec l'afficheur JCDecaux :
 1. Dispositions générales : la publicité numérique sur mobilier urbain est interdite ;
 2. Les dispositifs publicitaires mentionnés à l'article R.581-47 du Code de l'environnement (actuellement autorisés sur tout le territoire de la métropole hormis dans les lieux d'interdiction sans dérogation possible) sont interdits ;
 3. Les dispositions du I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement s'appliquent pleinement.

Le second de ces points concerne une mesure qui, au regard aussi bien des enjeux environnementaux et économiques que du contexte paysager d'exception dont bénéficie la capitale des Alpes françaises³, relève à tous points de vue du simple bon sens.

Il s'agit donc pour la métropole de s'engager également :

- À modifier d'ici le 31 décembre 2020 le RLPi de façon à interdire l'installation d'enseignes sur toitures ou terrasses en tenant lieu dans les zones où elles sont actuellement admises.

Bien évidemment, je me tiens à votre disposition au cas où vous souhaiteriez à nouveau recevoir à cet effet notre association.

Dans l'attente de votre réponse et restant à votre disposition pour toute information complémentaire,

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération la plus distinguée.



Le président, Laurent FETET

P J :

1. Lettre du 25 septembre 2019
2. Enseignes sur toitures et terrasses en tenant lieu

² La faisabilité des « modalités techniques » d'une telle solution a déjà été abordée lors de l'entrevue du 4 février 2020 avec monsieur Yann Mongaburu.

³ Voir document annexe ci-joint.



Grenoble, le 25 septembre 2019

Monsieur **Christophe FERRARI**
Président de Grenoble-Alpes-Métropole
Le Forum
3, rue Malakoff
38000 GRENOBLE

Association agréée
dans le cadre national
au titre des articles
L.141-1, R.141-2 à R.141-20
du Code de l'environnement
et agréée par le ministère
de la Justice au titre
de l'article 54,1°
de la loi n° 71-1130
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Lettre recommandée
N° 1B 010 321 0475 9

**Objet : projet de règlement local de publicité intercommunal de
Grenoble-Alpes-Métropole**

Comité d'honneur :

- Arcabas,
artiste-peintre
- Gilbert Durand t,
philosophe
- Alain Finkielkraut,
philosophe,
membre de l'Académie française
- Albert Jacquard t,
généticien
- Louédin,
artiste-peintre
- Michel Maffesoli,
sociologue
- François Morel,
artiste
- Edgar Morin,
sociologue
- Hubert Reeves,
astrophysicien

Monsieur le Président, cher Monsieur,

Comme vous le savez, l'association Paysages de France a son siège au cœur de la métropole que vous présidez, et, naturellement, elle ne peut qu'apporter une attention toute particulière aux décisions qui seront prises dans le cadre du projet en question.

Cependant, c'est avant tout parce que – compte tenu notamment du contexte spécifique qui fait de Grenoble une cité en pointe sur le sujet – ces décisions auront nécessairement un écho et des répercussions bien au-delà que je souhaite m'adresser à vous.

L'urgence écologique est aujourd'hui un enjeu planétaire crucial que l'actualité récente ne cesse de nous rappeler quotidiennement et sur lequel les plus hautes autorités scientifiques ne cessent désormais de nous alerter.

Cette situation demande que de véritables mesures de « **salut public** » soient prises.

Or, si l'installation en grand nombre de dispositifs lumineux dans l'espace public représente une source de gaspillage énergétique absolument considérable et un contre-exemple de ce qu'il est demandé de faire aux citoyens dans le cadre de la transition écologique, personne ne peut nier, à commencer par les publicitaires, que l'objet même de la publicité commerciale telle qu'elle s'expose dans l'espace public n'a d'autre objet que d'inciter en permanence les populations à acheter et à consommer.

Cette perpétuelle et omniprésente incitation, cette forme de « harcèlement » jusque sur les voies publiques, constituent, à côté du gaspillage énergétique, l'un des facteurs aggravants majeurs de la destruction des ressources de la planète.

La jeunesse qui défile aujourd'hui dans la rue exige des actions concrètes.

5, place Bir-Hakeim
38000 Grenoble
Tél. : 04 76 03 23 75
Tsp. : 08 97 10 20 23
contact@paysagesdefrance.org
www.paysagesdefrance.org

Le secrétaire général de l'ONU tient le même discours.

Or, s'il y a un domaine où une collectivité peut agir – et donc se doit d'agir – concrètement afin d'apporter les réponses d'urgence que la situation impose, c'est bien celui de l'affichage publicitaire.

L'élaboration d'un règlement local de publicité est en effet, au-delà de la question du paysage, du cadre de vie et du patrimoine, l'occasion d'inscrire, de manière concrète, significative et durable l'implication de la collectivité face à ces enjeux.

Les décisions qui seront prises ici, autrement dit par Grenoble-Alpes-Métropole, seront scrutées par les afficheurs notamment, lesquels s'empresseraient de se prévaloir, si d'importantes corrections n'interviennent pas dans le projet, de ce que « même à Grenoble » on laisserait faire.

Grenoble-Alpes-Métropole a donc une responsabilité morale immense et un véritable devoir d'exemplarité : le courage, le volontarisme et l'innovation, s'ils se concrétisent ici, seront demain une référence non seulement nationale, mais internationale dont s'emparera notamment, à travers les réseaux sociaux, la jeunesse qui défile aujourd'hui pour la planète.

Vous trouverez donc ci-joint les observations de Paysages de France, également présentées au nom de l'association Sites & Monuments, sur le projet dans son état actuel ainsi que les demandes et propositions qui sont faites dans le cadre de l'élaboration de ce dernier.

En outre, eu égard à l'importance que revêtent la démarche en cours, les enjeux en cause et la portée qu'auront au plan national les décisions qui seront prises, j'ai l'honneur de vous demander de recevoir personnellement l'un des représentants de l'association Paysages de France.

Dans l'attente de votre réponse et restant à votre disposition pour toute information complémentaire,

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, cher Monsieur, l'expression de ma haute considération.



Le président, Laurent FETET

P.J. : Observations et demandes des associations Paysages de France et Sites & Monuments

Enseignes sur toitures

Écrin alpin

Il a été annoncé, lors de la réunion du 20 janvier 2020, que la limite de la surface maximale des enseignes sur toiture serait ramenée à 15 m².

Cette proposition ne peut convenir, et ce pour de multiples raisons, tenant aussi bien aux enjeux paysagers spécifiques de la capitale des Alpes française qu'à ceux relatifs à la transition écologique et à la recherche d'une exercice plus équilibré et donc moins « sauvage » de la concurrence.

Du point de vue de la protection et de la valorisation du paysage, mise constamment en avant dans le rapport de présentation, la présence dans le contexte grenoblois d'enseignes sur toitures apparaît à l'évidence et au sens étymologique de ce terme, en totale contradiction avec les mesures que ce dernier impose « naturellement ».

Brouiller les perspectives sur l'écrin alpin de Grenoble, « polluer » les échappées visuelles sur les deux et bientôt trois parcs naturels régionaux et donc sur une composante emblématique du paysage grenoblois, cela dans une métropole qui revendique à juste titre son identité de « ville montagne », apparaît en effet des plus incohérents et relève même d'une forme d'erreur d'appréciation.

Cette seule raison est suffisante pour justifier amplement l'interdiction une fois pour toutes de tels dispositifs.

Pollution lumineuse et mitage du paysage

Au demeurant, il convient d'observer que toutes les enseignes sur toiture sont lumineuses. La quasi-totalité des « grandes surfaces » restent ouvertes jusque tard en fin d'après-midi et même le soir. Elles impactent donc en outre, nécessairement et très fortement, le paysage crépusculaire et même nocturne, tel qu'il est perçu depuis la plaine ou de tout point la surplombant. Ceci d'autant plus que ces dispositifs seraient, du fait du découpage du territoire¹ et donc du grand nombre de secteurs intégrés dans la zone 6, éparpillés et disséminés à travers le territoire et cause d'une pollution et d'un mitage de l'ensemble.

¹ Selon des critères que dénonce d'ailleurs l'association, les zones d'activités ne devant pas être le réceptacle de tout ce que l'on ne veut pas ailleurs, mais, à l'inverse, devant être réhabilitées, verdies, repensées, réintégrées dans l'urbanité, etc.

Ne pas pénaliser les commerces de centre-ville, centre bourg et de proximité

En tout état de cause, du simple effet du jeu de la concurrence, autoriser les enseignes sur toiture en ZP6 conduit inéluctablement à une surenchère, les acteurs économiques pouvant installer de tels dispositifs n'ayant dès lors guère d'autre choix que de s'aligner sur leurs concurrents les plus « agressifs » sur ce plan, et donc à la multiplication des enseignes lumineuses sur toitures.

Par ailleurs, du seul fait de ce découpage hautement contestable, une telle possibilité ne « bénéficie » essentiellement qu'à ceux des commerces implantés dans ces secteurs, cela donc au détriment des commerces de proximité et de centre-ville ou centre-bourg.

Une telle faculté instaure donc, de fait, une mesure que l'on peut difficilement estimer autrement que comme discriminatoire, car pénalisant les uns au profit des autres.

Ceci d'autant plus que les dispositifs sur toitures, visibles de loin ou de très loin, ne sont plus à proprement parler de simples enseignes, mais, en se surajoutant aux autres enseignes (murales, perpendiculaires, au sol), jouent le rôle de publicité. Du fait de cette débauche de lumière ainsi engendrée, les zones d'activités se trouvent dès lors transformées en des lieux de surenchère publicitaire, ce qui va très exactement à l'encontre de l'un des objectifs premiers du RLPi.

Ne pas inciter à l'usage de l'automobile

De la même manière, une telle logique va également très exactement à l'encontre des efforts déployés pour limiter les déplacements en voiture et réduire la pollution, et, partant, le fléau sanitaire qu'engendre cette dernière, cela dans une ville hélas connue pour en être tout particulièrement victime.

Mettre le RLPi en cohérence avec les intentions affichées et la communication de la métropole et de sa ville cœur

En tout état de cause, maintenir envers et contre tout cette mesure serait d'autant plus inapproprié et incohérent que cela reviendrait à faire très exactement le contraire du minimum que se doit de faire dans le cadre d'un RLP(i) porté par une collectivité qui déclare vouloir « *relever le défi du changement climatique*² », et dont la ville cœur déclare vouloir se hisser au rang de « *ville pionnière de la transition écologique* » ; est candidate au label « capitale verte de l'Europe 2022³ » et communique abondamment sur ce thème ; appelle à « *la mobilisation pour le climat la planète et ses habitants*⁴ » ; affirme que « *dans un contexte de nécessaire mobilisation générale pour sauver la planète, les collectivités ont un rôle majeur à jouer pour l'avenir de l'humanité*⁴ » ; se propose d'être « *en première ligne pour inventer des réponses concrètes et efficaces au plus près des réalités locales*⁴ » ; se fait fort d'utiliser « *tous les leviers à sa disposition pour répondre aux défis d'aujourd'hui et de demain.*⁴ »

² <https://www.lametro.fr/463-plan-air-energie-climat.htm>

³ <https://www.grenoble.fr/1336-capitale-verte-europeenne-grenoble-candidate-pour-2022.htm>

⁴ <http://unevillepourtous.fr/2018/10/31/air-climat-energie-grenoble-accelere-la-transition/>