

Villeurbanne, le 28 décembre 2017

## Communiqué de Jean-Paul Bret, maire de Villeurbanne suite à la parution du décret relatif au marquage des trottoirs à des fins publicitaires

### DIRECTION DE LA COMMUNICATION

l'hôtel de ville  
place lazare goujon  
métro gratte-ciel  
téléphone 04 78 03 67 33  
télécopie 04 78 85 21 93  
[www.mairie-villeurbanne.fr](http://www.mairie-villeurbanne.fr)

adresse postale  
hôtel de ville  
bp 5051  
69601 villeurbanne cedex  
en rappelant le service  
concerné

### CONTACT PRESSE

Cathy Serra  
Tél. 04 78 03 67 33  
Port. 06 85 48 27 60  
[cathy.serra@mairie-villeurbanne.fr](mailto:cathy.serra@mairie-villeurbanne.fr)

« Le décret publié dans le journal officiel du 24 décembre 2017 concernant l'autorisation pour une durée de dix-huit mois « à titre expérimental » de « *marquages sur les trottoirs à des fins publicitaires* » et qui concerne trois agglomérations dont la métropole de Lyon, est stupéfiant.

Pris sans concertation, il s'impose à la métropole et aux villes qui la composent sans s'inquiéter un seul instant de leur avis sur le sujet. Ni de la gestion de la publicité dans leur espace public.

Notre ville a été l'une des premières grandes villes à lancer une procédure de révision de son règlement local de publicité dans l'objectif de préserver la qualité paysagère et de limiter l'encombrement de l'espace public quitte à appliquer des règles très restrictives. Entré en vigueur en 2004 et révisé en 2008, notre règlement local de publicité a permis de réduire des trois-quarts le nombre des panneaux publicitaires, de diminuer la densité de ceux qui subsistent et d'améliorer leur qualité. L'impact des enseignes a parallèlement été mieux maîtrisé.

Ce décret est publié alors que la métropole de Lyon, prenant en compte les dispositions découlant de la loi Grenelle 2, travaille actuellement sur le nouveau règlement local de publicité (RLP) qui doit être approuvé avant le mois de juillet 2020.

Lors du dernier conseil métropolitain du 20 décembre, j'ai souligné la nécessité pour notre métropole d'aboutir sur le nouveau règlement local de publicité métropolitain. Il s'agit d'un enjeu important, qui permettra aux maires de conserver leur pouvoir de police et d'instruction en matière de publicité. J'ai rappelé notre vigilance et notre exigence sur ce dossier.

Je regrette qu'un décret pris dans le cadre du programme « France expérimentation » permette à nouveau de faire entrer l'espace public dans le champ d'une approche uniquement mercantile. Sous couvert d'une innovation, ce qui était soumis à autorisation, s'imposerait aux maires.

Un décret ne peut servir de « cheval de Troie » à des lobbys organisés sans tenir compte de l'intérêt général et des règlements des collectivités locales. A Villeurbanne, nous n'irons pas au-delà du projet métropolitain tel qu'engagé en concertation avec les maires et le président de la métropole. Nous refusons de voir nos paysages urbains saturés par la publicité. Il en va aussi de la préservation des acquis en matière de protection de notre environnement.