

Exprimez-vous sur l'enquête publique sur le Règlement Local de Publicité de la Métropole de Lyon :

Introduction à ma contribution

Monsieur l'Enquêteur,

Nous avons pris connaissance du projet de Règlement Local de Publicité de la Métropole de Lyon, et avons choisi de vous adresser nos remarques afin d'apporter des éléments concrets à votre réflexion.

Je suis ZZZ et dirige la société XXX qui emploie YYY salariés et qui intervient en tant que professionnel de l'enseigne et de la communication extérieure sur la métropole de Lyon.

Arguments à prendre selon vos préférences

Généralités du RLPI

Le projet de règlement de publicité est véritablement complexe (des principes généraux et encore des restrictions plus strictes sur 9 ZONES) et très contraignant, car il impose de trop nombreux changements et restrictions par rapport à la situation actuelle, voire des interdictions absolues comme pour les dispositifs numériques ou les systèmes de grande taille.

Nous nous opposons à ce que :

- En zone 3 – **Article P2C4.1** - ou est installée la majorité des commerçants de centre-ville, le RLPI prévoit de limiter les enseignes à 50 cm de haut et à interdire plus d'une enseigne perpendiculaire par magasin, tout en limitant leur surface à 0,8 m².
Les enseignes perpendiculaires des hôtels seront, de fait, interdites !
Et qui dit perte de visibilité, dit perte de fréquentation des commerces locaux, alors que les géants du net ont quartiers libres ! Il faut penser au dynamisme de nos centres villes qui en ont bien besoin.
- Le numérique soit interdit en tant en publicité - **Article P1C1.8** - ou en enseigne - **Article P2C1.7** - sauf pour les rares bâtiments culturels et les pharmacies.
Or, ce média est utile et économique, car il consomme peu grâce à sa technologie Led et offre une grande réactivité qui permet de changer les messages sans changer les supports.
Ainsi, les magasins éphémères devront mettre une nouvelle enseigne à chaque nouvelle installation, plutôt que de bénéficier d'un affichage spécifique par écran numérique !
Les commerces qui ont besoin de mettre en avant leurs services et activité ne pourront plus utiliser ce média qui représente l'avenir de la communication et présente de nombreux avantages (faible consommation, réactivité maximum, faible coût, autonomie, rédaction simplifiée des annonces...)
Or, dans les commerces, le numérique est apprécié par plus de 70% des usagers.
Par ailleurs, cette interdiction est générale et absolue ce qui est contraire à la réglementation nationale.

Les exceptions prévues sont inadaptées, car le projet autorise les croix de pharmacie numériques. Or ce ne sont pas des écrans numériques mais uniquement des enseignes à leds. Il est inconcevable que ces dispositifs ne soient pas autorisés, a minima, dans les zones à vocation commerciales ou d'activités (4/5/6/7 et 8).

Enfin concernant les croix de pharmacies, ce sont souvent celles-ci, qui sont justement éblouissantes et devraient être réglementées.

- Il ne sera pas non plus possible de se signaler avec un totem visible de la voie publique - **Article P2C4.3 – Article P2C5.3- Article P2C6.3** - sauf dans des cas exceptionnels.

Les dimensions proposées sont inadaptées et ne correspondent à aucun standard du marché !

- En zone d'activité les totems et les dispositifs format paysage de 8m2 ou 12m2 ne seront plus autorisés (**article P2C7.1 – P2C8.1 – P2C9.1**).

Cela concerne plus de 40% des sites et va entrainer de très nombreux contentieux ou démontage et des remplacement onéreux.

ARGUMENT N°1 – Risque pour mon activité et l'emploi de la filière

Je travaille dans une société qui fabrique des enseignes pour les entreprises et les commerces.

Je suis très inquiet par la future mise en place du règlement local de publicité qui va entrainer de nombreuses suppressions d'emplois, car le projet prévoit que plus de 60% des enseignes actuelles devront être démontées pour laisser place à des formats beaucoup moins nombreux et de plus petite taille.

COMPTE TENU DE LA CRISE ACTUELLE, aucun commerce ni entreprise commerciale ne pourra payer à la fois le cout du démontage et la mise en place d'une nouvelle enseigne. Ce projet est beaucoup trop restrictif et nous savons bien qu'il entrainera obligatoirement des défaillances dans notre secteur d'activité.

ARGUMENT N°2 – Absence de transition et d'étude d'impact

Avec ce projet de règlement concernant la publicité et les enseignes, vous m'interdisez d'exercer mon activité sans aucune transition possible. En effet vous interdisez les écrans, diminuez de plus de la moitié le format et le nombre des dispositifs sur un lieu. C'est une attaque directe à ma liberté d'entreprendre alors qu'aucune étude indépendante et chiffrée ne vient démontrer l'impact de mon activité face aux enjeux climatiques.

Je souligne que, grâce à la généralisation des Leds et des lettres rétroéclairées, et aux systèmes de gestion automatisés, les enseignes actuelles consomment déjà entre 80 et 95% de moins que leurs équivalentes d'il y a 10 ou 15 ans.

Notre profession a maintes fois expliqué au cours des échanges de préparation du projet que les écrans consomment très peu et qu'ils ne représentent qu'une part ultra négligeable de la consommation des dispositifs de publicité (moins de 0,0001%) ou des surfaces de ventes (environ 0,07%). Nous avons proposé notre aide pour apporter une expertise technique et nous n'avons pas été entendu.

Nous signalons que la concertation du projet du RLPI a été un simulacre et qu'aucun élément des professionnels n'a été retenu. Chaque réunion a été une présentation à sens unique.

ARGUMENT N°3 : Entrave à mon activité

Avec ce nouveau projet de règlement de publicité, vous diminuez drastiquement ma visibilité sur mon siège social. Il s'agit d'une entrave à ma liberté d'entreprendre. En effet, vos restrictions (quand il ne s'agit pas d'interdiction pure et simple) ne me permettront pas d'être visible dans ma ville d'implantation auprès de mes prospects et mes clients, mais également de mes fournisseurs et de mes partenaires.

Les formats que vous proposez et ceux que vous interdisez aujourd'hui n'ont fait l'objet d'aucune réelle étude indépendante démontrant une possible amélioration. Par conséquent vous m'empêchez d'exercer librement mon activité.

ARGUMENT N°4 – Interdiction de la publicité locale

Pour mon entreprise, je crains les conséquences du futur règlement local de publicité qui ne me permettra plus de communiquer sur les panneaux publicitaires publics ou privé. En effet, la disparition d'un très grand nombre de panneaux et la réduction de leur format va générer une distorsion très importante entre l'offre et la demande et les prix des panneaux vont exploser.

Du coup cette communication sera réservée aux grands groupes, alors qu'aujourd'hui près de 60% des panneaux sont des annonceurs locaux. Le changement est trop brutal et les petites entreprises de la métropole seront les premières victimes de ce changement.

ARGUMENT N°5 - Conséquences économiques des restrictions de l'enseigne et de la publicité

Je constate que la chambre de commerce et d'industrie s'est opposée, à l'unanimité de ses membres chefs d'entreprise, à ce projet qu'elle juge dangereux pour l'emploi des commerces et entreprises industrielles, et des entreprises de la communication, de l'enseigne et de la publicité.

En termes d'emplois, les 200 entreprises de ce domaine d'activité seront touchées, et leurs clients répartiront à l'avenir leurs dépenses de publicité sur google, les réseaux sociaux ou bien encore le commerce en ligne.

C'est toute une filière qui va être déstabilisée !

Il faut laisser vivre les commerces et les entreprises, en leur permettant de communiquer sur leur activité dans le domaine public et aussi sur les dispositifs installés sur domaine privé.

Il faut règlementer et ne pas interdire. En effet, les conséquences ne concernent pas que les professionnels, mais bien aussi les commerçants et industriels de la métropole

ARGUMENT N°6 - Distorsion de concurrence

Les restrictions importantes touchent les zones où sont installés la majorité des commerces (zone 3 – chapitre 4), mais aussi les entreprises industrielles et commerciales (Zone 5/6/7/8 + chapitre 6-7 et 8). Nous pouvons donc dire que presque tous les commerçants vont être visés. Les restrictions sont tellement importantes qu'elles vont entraîner de nombreuses distorsions entre les commerces existants et les nouvelles réalisations, et aussi face aux commerçants qui sont hors de la métropole.

Le risque de mécontentement et contentieux est élevé, car les commerçants risquent de vouloir des dérogations, et n'accepteront pas de faire démonter leurs enseignes au risque de perdre leur visibilité en raison de dispositifs autorisés trop petits voire interdits.

Comment, par exemple, comprendre la règle sur l'extinction des enseignes à la fermeture (ArtP2C2.7 / Art P2C3.6 - Art P2C5.6 – ArtP2C7.4 – ArtP2C8.4), alors que la publicité reste allumée jusqu'à minuit (art P1C1.10) ? Ces règles sont au détriment de l'activité commerciale. Une extinction générale à 23 h serait plus équitable.

Comment interpréter les articles P2C4.3 et P2C6.3 qui imposeront des enseignes scellées au sol dans la limite de 0,8m ou 1m de large à 3,5 m et 4,5 m de hauteur ? Cela ne correspond à aucun dispositif fabriqué par nos métiers (les enseignes scellées au sol sont en général des totems mais pas des poteaux de signalisation).

Nous constatons que ce RLPI est anti-économique et va entraîner de graves contraintes pour les commerces et donc de manière directe pour nos entreprises

ARGUMENT N°7 : Extinction des enseignes à 19h dès la fermeture

A l'exception de la zone 3 (centre-ville) où le projet prévoit de garder allumées les enseignes jusqu'à 23h, le projet du RLPI prévoit d'éteindre toutes les enseignes à 19h ou à la fermeture des établissements.

Il ne faut pas appliquer aux commerçants des contraintes pires que pour la publicité (ex : éclairage de la pub jusqu'à minuit et enseignes éteintes à 19h en zone d'activité et 23h en centre-ville – Article P2C2-7 / art P2C3-6/ art P2C4-6 / art - P2C5.6 / art P2C6.6).

Pourquoi permettre à la publicité de rester allumée jusqu' à minuit (art p1C1.10) ?

Pourquoi ne pas tout aligner à la même heure ?

Il faut à minima nous laisser allumer nos enseignes jusqu'à 23h, ou minuit si alignement, dans toutes les zones, ce qui concourt à l'attractivité et au dynamisme des zones où elles sont implantées.

Appliquer strictement ces articles revient à ne plus faire usage de la lumière et à Lyon, ville lumière, ce qui serait un comble !

ARGUMENT N°8 - Complexité

Ce règlement est complexe et aucune réelle concertation avec les commerçants, les industriels et usagers professionnels n'a eu lieu. Nous avons ainsi appris le projet par affichage en mairie.

Nous avons contacté notre mairie qui n'a pas été en mesure de nous expliquer ce projet en détail, qui est extrêmement dur à comprendre, avec des plans de zonage très nombreux et complexes.

Il faut des règles simples, et surtout il faut garantir une visibilité pour les commerçants et les industriels ainsi que l'usage de la lumière, afin d'éclairer le soir jusqu'à 23h (Article P2C2-7 / art P2C3-6/ art P2C4-6 / art - P2C5.6 / art P2C6.6).

De plus, ce RLP complexifie l'interprétation de l'ensemble des lois et des règles qui régissent l'implantation des enseignes, avec des règles d'implantation différentes selon les zones et des règles d'éclairage des vitrines encore différentes. Or, la complexité est l'ennemi du respect des règles.

Le projet n'est pas équitable et n'est pas un compromis équilibré.

Conclusion à ma contribution

Vous comprendrez mon inquiétude pour mon entreprise et nos emplois.

Je vous demande, Monsieur le Commissaire enquêteur, dans le cadre du projet de RLPi de la Métropole de Lyon, de bien vouloir prendre en compte mes remarques, dans l'intérêt des commerces, des professionnels de la communication extérieure et du monde économique, et de bien noter mon opposition à ce projet tel qu'il est rédigé.