

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

AVIS DE L'ASSOCIATION LAHGGLO

14 novembre 2019

Contacts |

Alain LAURIOT

ct.lahgglo@gmail.com

06 07 45 56 16

L'association LAHGGLO regroupe environ 30 associations d'habitants et de quartier de l'agglomération grenobloise pour impulser un dialogue entre les habitants et les acteurs des grands projets d'aménagement. Association loi 1901, elle s'organise autour de trois objectifs : promouvoir la participation citoyenne, se former et s'informer, participer aux projets de l'agglomération.

Elle aborde des sujets très variés mais essentiellement centrés sur la démocratie locale, la participation, la qualité de vie en ville et les déplacements avec l'objectif que les besoins et attentes des habitants soient entendus et pris en compte dans les projets qui les concernent.

Considérations générales

Nous avons besoin d'information, pas de publicité, pour connaître l'existence et la qualité des produits qui nous sont proposés, ainsi que les lieux où on peut se les procurer. L'information a toute sa place sur le domaine public : commerces de proximité, services publics, événements sportifs et culturels ... tout cela doit être porté à la connaissance du public. Mais il ne faut pas que ce soit au détriment de l'aspect visuel, et des économies d'énergie. C'est pourquoi l'association LAHGGLO approuve l'adoption d'un règlement qui devrait permettre d'éviter sur l'ensemble de la métropole une publicité anarchique entièrement vouée aux intérêts mercantiles

Ce qui est bien

LAHGGLO approuve plus particulièrement les principes suivants :

- Les 7 marqueurs proposés
- La disparition des 4x3 et les restrictions en matière de densité
- La préservation des espaces à proximité des écoles et collèges
- L'extinction nocturne de 23h à 7h

Ce qui est moins bien

LAHGGLO regrette cependant certaines frilosités et le manque de clarté sur les points suivants :

- Les documents de projet, et en particulier les cartes, sont extrêmement difficiles à dénicher dans le site de participation de GAM, lui même malaisé à trouver
- Il n'y a pas de règlement concernant les publicités sonores, en particulier sur les mobiliers urbains
- Il n'y a pas de règlement concernant les publicités apposées contre la vitrine à l'intérieur des magasins, mais destinée à la seule lecture extérieure, lumineuse ou non, mobile ou non.
- Le pourquoi des exceptions concernant les publicités lumineuses sur mobilier urbain

n'est pas expliqué

- Parmi le mobilier urbain, on trouve « les mobiliers recevant des informations publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité ». En clair des installations de type sucette Decaux ?
- Les cartes ressemblent à une peau de Léopard. 9 zones avec des différences souvent minimales. 5 zones sur le seul quartier de l'Île Verte. Le respect du règlement devient illusoire
- La réglementation sur les boulevards (ZP7-2) devrait être la même que la réglementation sur autoroute (ZP7-1), compte tenu de la nécessité d'y maintenir l'attention des automobilistes
- Quel est le statut de zones laissées en blanc sur les cartes : sont-elles soumises aux règles de la ZP8 ou sont-elles exclues du RLPI ?
- Le RLPI est-il applicable aux espaces privés, terrains ou murs ?
- Quel est le statut des affiches de plus de 4m² existantes ?
- D'une manière générale, quel est le statut des publicités déjà apposées sur les clôtures, murs, et terrains privés ?