

DAUH/SPEU/FL/SP/JJ
Rapporteur : Mme Besserve

Bureau du 14 octobre 2021

DECISION

N° B 21.406

Aménagement du Territoire – Règlement Local de Publicité
intercommunal – Concertation préalable du public – Bilan

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉCISIONS

La séance est ouverte à 18h03.

Présents : Mme APPÉRÉ Présidente, M. CROCQ, Mme BESSERVE, M. SÉMERIL, Mme DUCAMIN, MM. DEHAESE (à partir de 18h17), PUIL, HERVÉ Pascal, Mmes VINCENT, ZAMORD (à partir de 18h08), MM. HAMON, THEBAULT, SALMON, LAHAIS, HUAUME, LEGAGNEUR, YVANOFF, HERVÉ Marc, NADESAN, GUERET, BRETEAU (à partir de 18h34), PRIGENT, LE BIHAN (à partir de 18h23), SAVIGNAC, BONNIN (jusqu'à 19h03), DEPOUEZ (à partir de 18h40), ROUAULT.

Ont donné procuration : M. THEURIER à Mme ZAMORD (à partir de 18h08), Mme LE FLOCH à M. HUAUME, M. BOULOUX à M. CROCQ, M. GOATER à M. HAMON.

Absents/Excusés : Mmes PELLERIN, ROUSSET, M. LEFEUVRE, Mme PARMENTIER, M. LABBE.

Participaient également : Mme QUINAUT, MM. CONTIN, MAURA, SIMON, DE LAPORTE, GROSEIL, Mmes FIRMIN, MARSAC, GABILLARD, MM. BASTIN, RIERA, Mmes BAUDE, COQUELIN.

M. LAHAIS est nommé secrétaire de séance.

Le Bureau constate que les dispositions législatives concernant la convocation en date du 8 octobre 2021 et la note explicative de synthèse sur les affaires soumises à décision ont bien été remplies et le procès-verbal de la séance du 8 septembre 2021 est lu et adopté.

Les décisions sont examinées de 18h03 à 19h23.

La séance est levée à 19h28.



Bureau du 14 octobre 2021 **DECISION (suite)**

*Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, notamment les articles L. 5217-2 et L. 5217-5 ;
Vu le Code de l'Environnement, notamment les articles L.581-14 à L.581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 ;
Vu le Code de l'Urbanisme, notamment l'article L. 103-2 ;
Vu le décret n° 2014-1602 du 23 décembre 2014 portant création de la métropole dénommée « Rennes Métropole » ;
Vu la délibération n° C 14.325 du 25 septembre 2014 relative aux orientations et au cadre d'intervention de la métropole ;
Vu la délibération n° C 20.047 du 9 juillet 2020 portant délégation de pouvoirs au Bureau ;
Vu la délibération n° C 20.145 du 19 novembre 2020 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal et définissant les objectifs poursuivis, les modalités de collaboration avec les communes et les modalités de concertation ;
Vu la délibération n° C 21.109 du 17 juin 2021 relative au débat sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal.*

EXPOSE

Par délibération du 19 novembre 2020, Rennes Métropole a engagé l'élaboration du premier Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), en a défini les objectifs poursuivis, ainsi que les modalités de collaboration avec les communes et celles de la concertation. Ce document vise à adapter les dispositions du Règlement National de Publicité encadrant les dispositifs de publicités, préenseignes et enseignes. Il constitue ainsi une opportunité pour renforcer, en complémentarité et en articulation avec le Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) approuvé fin 2019, la dimension paysagère et environnementale du projet métropolitain dans le respect de la diversité des communes et des paysages.

Pour rappel, les objectifs de l'élaboration du RLPi, tels que définis dans la délibération de prescription visent à :

Renforcer la dimension paysagère du territoire métropolitain dans le respect de la ville-archipel :

- En complément et en articulation avec les différentes entités paysagères, patrimoniales et ambiances urbaines définies au PLUi récemment approuvé ;
- En harmonisant les règles au sein des secteurs de même typologie en particulier sur les sites à cheval sur plusieurs communes (ex : zones d'activités économiques et commerciales intercommunales, voies structurantes telles que la RN24, la RD137, la 2^e ceinture...) et mettre en place des dispositions cohérentes et adaptées à la réalité du terrain ;
- En proposant des règles simples en cohérence avec les enjeux environnementaux et paysagers du territoire métropolitain notamment pour limiter l'impact visuel des supports publicitaires en particulier dans la ville centre.

Concilier la préservation du cadre de vie et du patrimoine avec l'attractivité économique :

- Maîtriser l'affichage dans les zones d'activités économiques et commerciales et les entrées de ville ;
- Valoriser les centres villes et centres bourgs, les sites historiques et patrimoniaux en particulier les sites patrimoniaux remarquables de Rennes et de Bécherel, les sites paysagers (abords de la Vilaine, du Bois de Sœuvres, de la Forêt de Rennes...) tout en favorisant la dynamique commerciale et touristique de ces sites ;
- Ajuster les règles des enseignes dans certains secteurs urbains, notamment patrimoniaux (sites patrimoniaux remarquables de Rennes et Bécherel) et centres villes à fort enjeu commercial.

Mettre en œuvre la transition écologique et énergétique :

- Prendre en compte l'évolution des modes d'affichage notamment le déploiement des dispositifs numériques tout en limitant ceux à forte consommation d'énergie ;
- Veiller à traduire dans les règles locales les principes de la "trame noire" dans un objectif de santé humaine et de biodiversité ;
- Limiter les nuisances en termes de pollution visuelle en réduisant le nombre et le gabarit des dispositifs de publicité et d'enseignes sur certains axes ce qui aura pour avantage d'améliorer la sécurité routière.



Bureau du 14 octobre 2021 **DECISION (suite)**

I. LES MODALITÉS DE LA CONCERTATION DÉFINIES DANS LA DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION

La délibération de prescription du RLPi a également défini les objectifs de la concertation, à savoir informer le public sur la démarche et l'élaboration des orientations du RLPi ; sensibiliser aux enjeux du territoire ; favoriser l'appropriation des objectifs et orientations par l'ensemble des acteurs ; contribuer à l'élaboration du projet de RLPi.

Cette délibération a également arrêté les modalités de la concertation visant à associer à la démarche et sensibiliser l'ensemble de la population, selon deux axes principaux :

- Concertation spécifique avec les acteurs économiques du territoire (en particulier les commerçants, et les entreprises), les professionnels de l'affichage et de l'enseigne et les associations intéressées ;
- Concertation avec les habitants.

Les moyens d'information prévus :

- Le site internet de Rennes Métropole avec un espace dédié à l'élaboration du RLPi (rubrique pédagogique permettant d'éclairer sur la finalité du document, calendrier des grandes étapes de la procédure et présentation des modalités de concertation) ;
- Des articles dans le bulletin de Rennes Métropole et dans les bulletins municipaux ;
- Un dossier au format papier disponible au Point Info de l'Hôtel de Rennes Métropole (4, avenue Henri Fréville à Rennes), complété au fur et à mesure de l'avancement des réflexions.

Les moyens offerts au public pour débattre et échanger :

- Au moins une réunion dédiée avec chacun des 3 types d'acteurs : économiques, professionnels de l'affichage et associations intéressées.
- Des échanges avec les personnes intéressées qui se manifesteront pour participer à la concertation.

Les moyens offerts au public pour s'exprimer :

- Un dispositif accessible via le site internet de Rennes Métropole permettra à tous de formuler des observations, ou d'insérer des contributions ;
- La possibilité d'adresser un courrier à Madame la Présidente – Hôtel de Rennes Métropole (4 avenue Henri Fréville - 35000 RENNES), en précisant en objet « Concertation préalable du Règlement Local de Publicité intercommunal » ;
- Un registre destiné aux observations de toute personne intéressée sera mis tout au long de la procédure à la disposition du public, à l'Hôtel de Rennes Métropole (4 avenue Henri Fréville à Rennes) ;

II. LA MISE EN ŒUVRE DE LA CONCERTATION

Les actions de concertation ont été mises en œuvre sur la base des objectifs de l'élaboration du RLPi et conformément aux modalités définies dans la délibération de prescription.

Un avis relatif à la délibération de prescription a été publié dans la presse, dans l'édition Ouest France du 18 décembre 2020.

Une information régulière du public a été réalisée tout au long de la concertation, sur la base de différents supports, afin de toucher le public le plus large possible :

- Une page dédiée sur le site internet de la métropole, avec une rubrique pédagogique permettant d'éclairer sur la finalité du document, notamment via un format vidéo, le calendrier des grandes étapes de la procédure



Bureau du 14 octobre 2021 **DECISION (suite)**

et des modalités de contribution à la concertation ; et faisant le lien avec la plateforme dédiée à la concertation ;

- La plateforme dédiée à la concertation www.rlpireennesmetropole.fr a régulièrement été complétée de documents pédagogiques, des informations et des actes administratifs liés à la procédure (prescription, débats sur les orientations générales...) ; elle a permis également le recueil des observations du public ;
- Un même dossier, au format papier, a également été mis à la disposition du public au Point Info de l'Hôtel de Rennes Métropole (4, avenue Henri Fréville à Rennes), complété au fur et à mesure de l'avancement de la procédure ;
- Des articles ont régulièrement été insérés dans les publications métropolitaines et dans les bulletins communaux, ainsi que sur les réseaux sociaux de la métropole.

Des actions de concertation spécifiques permettant d'échanger et de débattre ont été menées par Rennes Métropole avec différents acteurs du territoire :

- Acteurs économiques (représentants des ZA intercommunales, représentants des grands organismes d'acteurs économiques, associations de commerçants, d'entreprises, enseignants) : rencontres des 22 avril et 16 septembre 2021 ;
- Professionnels de l'affichage (afficheurs et enseignants) : 13 avril et 9 septembre 2021 ;
- Associations intéressées (dont l'objet est principalement le paysage, le cadre de vie et l'environnement) et les associations agréées par le Préfet : 22 avril et 21 septembre 2021 ;
- Conseil de Développement (CODEV) de la métropole de Rennes : 10 juin 2021.

En complément, certaines communes ont souhaité de leur propre initiative mener ponctuellement des actions de concertation (non obligatoires) auprès de leurs habitants, leurs associations, leurs commerçants et entreprises.

L'expression des contributions pouvait se faire par différents moyens : par courriel via l'adresse dédiée de la procédure, par courrier à l'attention de la Présidente de Rennes Métropole, sur le registre papier disponible au Point Info de l'Hôtel de Rennes Métropole, sur le registre dématérialisé de la plateforme de la concertation (www.rlpireennesmetropole.fr) et lors des différentes actions de concertation.

III. LE BILAN QUANTITATIF DE LA CONCERTATION

Les moyens d'information mis en œuvre :

- 1 page dédiée sur le site internet de la métropole et 1 plateforme de concertation en ligne
- 1 vidéo et 4 supports pédagogiques
- 1 avis administratif dans la presse locale (Ouest France)
- 1 article dans le Rennes Métropole Magazine
- 22 articles dans les bulletins communaux
- 5 actualités sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Ici Rennes)
- 1 interview radio sur Canal B et 1 sujet sur TVR
- 6 réunions menées par Rennes Métropole avec les acteurs économiques, les professionnels de l'affichage et de l'enseigne, et les associations intéressées
- 1 réunion avec le Conseil de Développement
- 17 réunions organisées dans les communes, soit une centaine de participants au global
- 1 sondage réalisé par la commune de Bruz auprès de ses habitants (56 réponses)

Les contributions du grand public :

- 4 canaux différents pour contribuer par écrit
- 10 887 visiteurs sur le site dédié avec une moyenne de 30 visites journalières
- Près de 1 700 téléchargements sur le site dédié



Bureau du 14 octobre 2021 **DECISION (suite)**

- 87 contributions sur le registre numérique
- 9 contributions par mail
- Aucune contribution par courrier et sur le registre papier

Parmi les contributions reçues du grand public :

- 27% sont hors champ de la procédure, car elles concernent davantage le contenu et la nature des messages publicitaires que les supports
- 63% des contributions concernent les dispositifs de publicité (20% les enseignes et 17% les préenseignes)

D'autres contributions écrites émanent des acteurs concernés par le sujet :

- 3 contributions de la part des acteurs économiques du territoire
- 9 contributions de la part des professionnels de l'affichage et des enseignes
- 2 contributions de la part des associations

IV. LE BILAN QUALITATIF DE LA CONCERTATION

Le bilan qualitatif de la concertation menée dans le cadre de l'élaboration du RLPi peut être réalisé selon les deux principales typologies de contributeurs que sont le grand public d'une part, et les autres acteurs intéressés d'autre part ; ces derniers ayant notamment pu participer à des réunions d'échanges spécifiques, organisées soit par la métropole, soit par les communes.

L'analyse des contributions du grand public et des autres acteurs peut cependant être faite sous l'angle des 9 orientations qui ont été retenues et débattues dans les Conseils municipaux et en Conseil métropolitain, qui sont, pour mémoire, les suivantes :

- O1 - Préserver les qualités paysagères et patrimoniales de la ville archipel
 - Orientation 1.1 - Garantir la qualité des interfaces ville-campagne
 - Orientation 1.2 - Mettre en valeur les entrées et traversées de villes
 - Orientation 1.3 - Protéger les secteurs patrimoniaux et paysagers de la publicité
- O2 - Préserver le paysage du quotidien et garantir la visibilité des activités locales
 - Orientation 2.1 - Encadrer les dispositifs dans les secteurs résidentiels
 - Orientation 2.2 - Encadrer les dispositifs d'affichage dans les centres-villes et centres-bourgs
 - Orientation 2.3 - Encadrer les dispositifs dans les zones d'activités et les zones commerciales
- O3 - Réduire la pollution visuelle et les impacts sur l'environnement
 - Orientation 3.1 - Dédensifier les axes saturés en dispositifs d'affichage
 - Orientation 3.2 - S'adapter à l'éclairage ambiant des espaces publics
 - Orientation 3.3 - Limiter les dispositifs numériques

1. Le bilan qualitatif des contributions du grand public

La très grande majorité des contributions du grand public peut être rattachée à l'orientation n° 3 "Réduire la pollution visuelle et les impacts sur l'environnement" (78% des contributions) et concerne les dispositifs de publicité (67% des contributions).

De nombreuses contributions expriment le besoin d'alléger le nombre de dispositifs d'affichage sur la métropole, notamment sur les principaux axes routiers. Au-delà de la réduction du nombre de dispositifs, une réduction de la taille des panneaux publicitaires est souhaitée, notamment pour améliorer la sécurité routière et le cadre de vie.



Bureau du 14 octobre 2021 **DECISION (suite)**

De nombreuses expressions visent à promouvoir la visibilité des activités locales, notamment des commerces dans les centres-villes ou des entreprises dans les zones d'activités.

Enfin, les métropolitains sont très attachés au fait de limiter, voire d'interdire, toute publicité numérique sur le territoire pour plusieurs raisons : la surconsommation énergétique, la protection des ressources, la préservation de la biodiversité, de la faune et de la flore, en raison de l'éclairement qu'elle provoque.

2. Le bilan qualitatif des échanges et contributions des autres acteurs intéressés

2.1 Les acteurs économiques

Les acteurs économiques ont formalisé des propositions à prendre en compte dans le cadre de l'élaboration du RLPi, afin de répondre aux besoins de signaler et d'indiquer leurs activités. Ils partagent les grands principes du projet du RLPi visant notamment à harmoniser la réglementation des enseignes sur l'ensemble du territoire métropolitain, et à réduire plus fortement la publicité et d'encadrer de manière plus mesurée les enseignes afin de mettre en valeur leurs activités. Ils ont par ailleurs fait part de contributions soulignant le besoin de maintenir des possibilités d'implantation de préenseignes et de surfaces suffisantes pour les enseignes scellées au sol en zones d'activités, et le besoin pour les commerçants de centres-villes et centres-bourgs de diversifier leurs implantations.

2.2 Les professionnels de l'affichage et de l'enseigne

Les professionnels de l'affichage, représentés par l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), ont formulé dans un premier temps des propositions générales à prendre en compte dans le cadre de l'élaboration du RLPi, afin de répondre aux attentes spécifiques de leur domaine d'activité. Ces propositions traitent du format, de l'audience et des nouveaux modes de communication de l'affichage publicitaire, et se justifient par le besoin de visibilité et de lisibilité des annonceurs. Dans un second temps, les afficheurs ont formalisé des contributions sur les principes de zonage et de règlement du projet du RLPi : ils partagent le principe d'un zonage simple, cohérent et composé de 3 zones mais remettent en cause les restrictions concernant les formats et le numérique et notamment le long des axes de flux. Les enseignantistes ont également formalisé des contributions sur les principes de zonage et de règlement du projet du RLPi : ils partagent les principes de zonage et de règlement, et ont apporté des précisions techniques concernant les enseignes sur façade, et les dispositifs numériques en cohérence avec les contributions des afficheurs.

2.3 Les associations

Les associations, ont également formulé dans un premier temps des propositions de mesures minimales à prendre en compte afin d'élaborer un RLPi qui soit compatible avec une protection acceptable de l'environnement. Ces propositions visent à maintenir les interdictions de publicité en secteurs patrimoniaux, à restreindre au maximum les possibilités d'implantation et les formats des publicités et des préenseignes, voire à les interdire complètement sur certains supports (mobilier urbain, lumineuse et numérique), à réduire et encadrer fortement les enseignes, et à limiter le projet au nombre de 3 zones de publicité. Dans un second temps, les associations ont confirmé leurs positions initiales et ont réagi sur les principes de zonage et de règlement du projet du RLPi : elles ne partagent pas le principe d'un zonage en plusieurs zones avec des règles graduées, et proposent une égalité de traitement du territoire avec des formats uniques, restreints le plus strictement possible.

2.4 Les actions des communes

11 communes ont souhaité mener de leur propre initiative des actions de concertation complémentaires à celles portées par Rennes Métropole.

Ces actions ont principalement pris la forme de réunions tournées le plus souvent vers les commerçants et acteurs économiques présents dans les zones d'activités de leur territoire ; dans quelques cas, ces réunions ont aussi concerné les associations ou les habitants. Elles ont permis d'échanger en amont du débat sur les orientations du RLPi ; deux communes ont rencontré leurs acteurs économiques sur la phase règlement. Les échanges ont permis d'expliquer les objectifs recherchés conjointement par Rennes Métropole et les communes, et d'éclairer les choix réglementaires collectifs. Ils ont notamment confirmé l'objectif de favoriser la visibilité de l'activité locale, particulièrement dans les



Bureau du 14 octobre 2021

DECISION (suite)

centres-villes et centre-bourgs. Des préoccupations plus spécifiques ont également été identifiées, par exemple concernant les activités commerciales du centre historique de Rennes ou la signalétique de certaines zones d'activités (Village de la Forme à Betton).

La commune de Bruz a mené, outre les réunions de concertation, une enquête auprès de ses habitants. Les 56 questionnaires reçus ont été analysés, et ont mis en avant la volonté d'une majorité des personnes interrogées que soit instauré un encadrement plus strict des dispositifs numériques, mais aussi des dispositifs lumineux. D'une manière générale, les Bruzois ayant répondu au sondage sont favorables à une réduction forte des dispositifs publicitaires et des préenseignes, voire des enseignes.

V. LES ENSEIGNEMENTS DE LA CONCERTATION

La concertation préalable a fait ressortir des expressions plurielles mais aussi convergentes. La prise en compte de ces contributions dans l'élaboration du RLPi a nécessité la recherche d'un consensus permanent entre les différentes attentes exprimées par chaque groupe d'acteurs, dans un objectif de préserver le cadre de vie et les paysages du territoire métropolitain. Les grands axes du RLPi traduisent cette recherche d'équilibre, afin d'aboutir à un projet qui soit partagé par tous.

1. Une limitation à 3 zones de publicités

Les différents groupes d'acteurs ont une approche différente de la territorialisation des restrictions de la publicité et des préenseignes. D'une part, les habitants et les associations souhaitent une restriction généralisée de la présence publicitaire, de manière homogène sur l'ensemble du territoire. En effet, cette volonté repose sur un besoin de préserver un cadre de vie global et des paysages du quotidien. D'autre part, les professionnels de l'affichage et les acteurs économiques ont besoin de possibilités d'implantation publicitaire plus importantes dans des secteurs bien identifiés pour la viabilité et la visibilité de leurs activités. Afin d'intégrer ces deux positionnements, le projet du RLPi propose une double logique dans la définition de ses zones de publicité : une logique d'harmonisation et de simplification du zonage et une logique de graduation des règles. Le nombre de zones de publicités a ainsi été limité à 3 afin de traduire les grandes ambiances urbaines sur le territoire métropolitain : la zone de publicité n°1 (ZP1) qui regroupe l'ensemble des tissus mixtes de centres-bourgs et centres-villes et de secteurs résidentiels, la zone de publicité n°2 (ZP2) qui concentre les zones d'activités, et la zone de publicité n°3 (ZP3) qui correspond aux abords des axes structurants du cœur de métropole.

2. Une réduction forte de la publicité et un encadrement plus mesuré des enseignes

Les différents groupes d'acteurs ont également exprimé un positionnement différent quant à la réglementation des dispositifs d'affichage extérieur. D'une part les habitants et les associations défendent une réduction très forte de la publicité (en format et en nombre), voire même une interdiction totale pour certains citoyens. D'autre part, les professionnels de l'affichage et les acteurs économiques soutiennent une réduction qui puisse être acceptable pour les besoins de leurs activités. En réponse à ces enjeux, le RLPi propose de réglementer de manière plus forte les publicités et les préenseignes, et de manière plus mesurée les enseignes : ainsi il est question de réduire la place des dispositifs publicitaires, et d'encadrer les enseignes. Par ailleurs, le projet du RLPi s'engage à restreindre de manière globale et homogène les dispositifs d'affichage extérieur dans un objectif de réduire leur impact au regard du paysage local, caractéristique de la ville-archipel, tout en laissant la possibilité aux activités de se signaler et d'être visibles. Dans une logique de cohérence et d'harmonisation entre les paysages et dans une logique d'équité et d'égalité de traitement des activités et des citoyens, les restrictions traitent de manière transversale les dispositifs et portent sur leurs surfaces, formats et densités. Le projet introduit une réduction forte des grands formats scellés au sol, qui constituent les principaux obstacles visuels dans le paysage, et conduit à des possibilités d'affichage qui privilégient l'implantation sur le bâti, celui-ci constituant un support à part entière déjà intégré dans un environnement paysager.

3. Des restrictions fortes sur les dispositifs lumineux et numériques

Les différents groupes d'acteurs ont partagé deux positions très opposées sur les dispositifs numériques, mais une vision consensuelle quant à l'extinction des dispositifs lumineux. Les habitants et les associations ont exprimé une



Bureau du 14 octobre 2021 **DECISION (suite)**

demande d'interdiction totale des dispositifs numériques sur le territoire alors que les afficheurs et les acteurs économiques expriment un besoin de développer cette nouvelle technologie. Par ailleurs, l'ensemble des acteurs se rejoint sur la nécessité d'extinction nocturne des dispositifs lumineux. En réponse au consensus sur le traitement des dispositifs lumineux, le projet du RLPi renforce le principe d'extinction nocturne généralisée, mais différenciée selon les 3 types de support (publicités, préenseignes et enseignes). En réponse à la très forte volonté citoyenne d'interdire le numérique, et à la demande des afficheurs et des acteurs économiques de pouvoir le développer, le projet du RLPi propose de l'encadrer très fortement sans pour autant l'interdire. Il autorise les publicités/préenseignes et enseignes numériques uniquement en zones d'activités en unité urbaine, et dans un format très réduit et encadré. Les citoyens ont également souligné le besoin d'encadrer les dispositifs numériques en vitrines, tendance générale qui se développe y compris en centres-villes et centres-bourgs, et qui impacte directement les vues depuis l'espace public, que le RLPi encadrera.

Le Bureau métropolitain prend connaissance du bilan de la concertation préalable menée dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, tel que présenté en annexe à la présente décision.

Le Bureau est invité à :

- constater que les dispositifs de concertation relatifs à l'élaboration du RLPi de Rennes Métropole ont été mis en œuvre conformément aux dispositions de l'article L.103-2 du Code de l'urbanisme et selon les modalités définies dans la délibération n° C 20.145 du 19 novembre 2020 ;
- arrêter le bilan de la concertation préalable du public du Règlement Local de Publicité intercommunal qui couvrira l'ensemble du territoire métropolitain ;
- préciser que cette décision fera l'objet d'un affichage dans chacune des mairies des communes membres et à l'Hôtel de Rennes Métropole conformément à l'article R. 153-3 du Code de l'urbanisme.

o O o

Le Bureau, à l'unanimité :

- constate que les dispositifs de concertation relatifs à l'élaboration du RLPi de Rennes Métropole ont été mis en œuvre conformément aux dispositions de l'article L.103-2 du Code de l'urbanisme et selon les modalités définies dans la délibération n° C 20.145 du 19 novembre 2020 ;
- arrête le bilan de la concertation préalable du public du Règlement Local de Publicité intercommunal qui couvrira l'ensemble du territoire métropolitain ;
- précise que cette décision fera l'objet d'un affichage dans chacune des mairies des communes membres et à l'Hôtel de Rennes Métropole conformément à l'article R. 153-3 du Code de l'urbanisme.