

COMPTE RENDU SOMMAIRE

Séance du 01 Juin 2021

L'an 2021 et le 1 Juin à 20 heures, le Conseil Municipal de cette Commune, régulièrement convoqué, s'est réuni en Mairie, au nombre prescrit par la loi, sous la présidence de M. THÉBAULT Philippe, Maire.

Présents : M. THÉBAULT Philippe, Mme FISELIER Françoise, M. COULOMBEL Ludovic, M. GALLÉE Franck, M. LE FRÊCHE Antoine, Mme ASPLIN Marie, M. KERVOAS Michel, Mme MAEGHERMAN Morgane, M. LE SAULNIER Thomas, Mme VILBOUX Fabienne, M. LEMAÎTRE Loïc, Mme LAURENT Sandrine, M. RÉMINIAC Jean-Pierre, Mme LEVACHER Sylvaine, M. LEMARCHAND Régis, M. GAULTIER Claude, M. ANDRÉ Yann, Mme THULEAU Dominique, M. LEJOP Samuel, Mme TALHA Emilie, M. DESVAUX Melaine, M. VILBOUX Michel, Mme AKCHOUR Gaële

Absent(s) ayant donné pouvoir : Mme MÉNÉZO Isabelle à Mme MAEGHERMAN Morgane, Mme JEZEQUEL Marianne à Mme FISELIER Françoise, Mme BETHUEL Dany à Mme LAURENT Sandrine

Absent(s) excusé(s) : Mme HAVARD Jeanne

Assistait(ent) également à la séance : M. COULLIER Patrick

Secrétaire de séance : M. COULOMBEL Ludovic

Nombre de membres

- En exercice au Conseil municipal : 27
- Présents : 23
- Représentés : 3
- Non représentés : 1

Monsieur le Maire ouvre la séance à 20 h 03

Le procès-verbal de la séance du 20 avril 2021 est approuvé à l'unanimité. Il est ensuite procédé à l'examen des questions inscrites à l'ordre du jour.

INTERCOMMUNALITE

Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) – Débats sur les orientations générales

Les publicités, enseignes et préenseignes ont un impact dans le paysage et, à ce titre, ces dispositifs sont soumis à une réglementation nationale protectrice de l'environnement et du cadre de vie. Ces règles nationales concernent les dispositifs en tant que supports, et non le contenu des messages diffusés. L'implantation des dispositifs doit être conforme à des conditions de densité, d'installation et de format et faire l'objet, pour certains dispositifs, d'une déclaration voire d'une autorisation préalable.

Les règles nationales sont nombreuses et différentes selon des critères complexes (localisation dans ou hors zone agglomérée, nombre d'habitants des agglomérations, appartenance ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ...). Elles ont été profondément remaniées par la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite Grenelle II), ainsi que par le décret (modifié) du 30 janvier 2012 notamment. Elles ont pour but d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles.

Certaines des dispositions nationales peuvent apparaître complexes, insuffisantes ou inadaptées aux spécificités locales. Aussi, l'adoption d'un Règlement Local de Publicité permet d'identifier la sensibilité paysagère des différents sites du territoire et ainsi d'adapter la réglementation à ses caractéristiques et enjeux.

Le Règlement Local de Publicité constitue donc un outil de gestion de la publicité adapté aux spécificités locales notamment en instaurant, dans des zones délimitées, des règles plus restrictives que la réglementation nationale, mais aussi en permettant de déroger à certaines interdictions permettant de réglementer le développement des supports publicitaires et des enseignes pour aboutir à un développement maîtrisé et choisi de ces dispositifs. Un Règlement Local de Publicité permet en effet de garantir que les dispositifs publicitaires susceptibles de se développer s'implanteront en cohérence dans le paysage.

C'est pourquoi, par délibération du 19 novembre 2020, Rennes Métropole a engagé l'élaboration du premier Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), et en a défini les objectifs poursuivis ainsi que les modalités de collaboration avec les communes et celles de la concertation.

Les règles nationales pourront être maintenues là où elles semblent suffisantes, renforcées par endroit et certaines interdictions légales en agglomération pourront être levées et encadrées par le Règlement Local de Publicité intercommunal pour mettre en œuvre des orientations et objectifs définis collectivement.

La procédure d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité correspond à la procédure d'élaboration d'un Plan Local d'Urbanisme (prescription, collaboration des communes, concertation avec le public, débat sur les orientations générales du futur Règlement Local de Publicité intercommunal, arrêt du projet, consultation des personnes publiques associées, enquête publique et approbation). Le dossier est toutefois moins conséquent qu'un dossier de PLU, les enjeux étant plus circonscrits.

Rennes Métropole est compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme depuis le 1^{er} janvier 2015, en application de la loi MAPTAM du 27 janvier 2014. Cette compétence emporte, selon le code de l'environnement, compétence à l'égard du Règlement Local de Publicité. De ce fait, toute élaboration ou révision d'un Règlement Local de Publicité ne peut se faire qu'à l'échelle du territoire métropolitain. L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal constitue une opportunité pour renforcer, en complément 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.

Une fois le RLPi approuvé, le pouvoir de police de l'affichage sera automatiquement transféré du préfet à chaque Maire. La taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) qui a d'ores et déjà été instituée par certaines communes peut, quant à elle, continuer à relever de la compétence de chaque commune.

Le conseil communautaire, dans sa délibération en date du 19 novembre 2020, a défini comme suit les objectifs de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal :

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 Soevres, 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.

Le présent débat vise à échanger sur les orientations générales définies collectivement avec Rennes Métropole et les communes par le biais de séminaires et du groupe projet Règlement Local de Publicité Intercommunal.

Le débat porte sur les orientations générales du projet du Règlement Local de Publicité intercommunal et les objectifs à atteindre qui sont exprimés comme suit :

Partie 1 - Préserver les qualités paysagères et patrimoniales de la ville archipel

Orientation 1.1 - Garantir la qualité des interfaces ville-campagne

- Dégager les franges urbaines sensibles notamment autour de la rocade, des voies de contournement, des axes qui ceinturent les agglomérations
- Homogénéiser le traitement entre une campagne préservée de dispositifs et des franges agglomérées encombrées de dispositifs souvent "massifs"

Orientation 1.2 - Mettre en valeur les entrées et traversées de villes

- Lutter contre la banalisation de ces secteurs, où l'implantation de la publicité peut être forte, liée à une diversité de supports et d'emplacements, qui multiplie l'impact paysager de la présence publicitaire

Orientation 1.3 - Protéger les secteurs patrimoniaux et paysagers de la publicité

- Protéger fortement, tout en modulant les exceptions d'implantation de la publicité, en fonction de la sensibilité patrimoniale des lieux
- Limiter la présence publicitaire pour mettre en valeur les éléments patrimoniaux, bâtis ou paysagers

Partie 2 - Préserver le paysage du quotidien et garantir la visibilité des activités locales

Orientation 2.1 - Encadrer les dispositifs dans les secteurs résidentiels

- Dans ces secteurs jusqu'à présent relativement préservés, consolider la faible présence publicitaire, en ayant une vigilance particulière le long des axes de traversées de ville

Orientation 2.2 - Encadrer les dispositifs d'affichage dans les centres-villes et centres-bourgs

Dans ces tissus particulièrement denses et structurés :

- Limiter la présence publicitaire pour la mise en valeur des centres anciens
- Veiller à l'intégration harmonieuse des enseignes aux formes bâties et architecturales

Orientation 2.3 - Encadrer les dispositifs dans les zones d'activités et les zones commerciales

- Dans des secteurs où se mêlent une multiplicité et une diversité de dispositifs
- Prioriser l'efficacité et la visibilité des enseignes des activités présentes, en relayant la présence publicitaire au second plan, notamment sur les axes structurants
- Permettant également d'améliorer la lecture de l'organisation des ZA (lisibilité et fléchage des entreprises quel que soit leur positionnement par rapport aux axes de circulations)

Partie 3 - Réduire la pollution visuelle et les impacts sur l'environnement

Orientation 3.1 - Dédensifier les axes saturés en dispositifs d'affichage

- Désencombrer ces axes de la surdensité existante, pour réduire les impacts visuels sur le cadre de vie, et en conséquence sur la sécurité routière

Orientation 3.2 - S'adapter à l'éclairage ambiant des espaces publics

- S'appuyer sur les ambiances d'éclairage pour encadrer les dispositifs lumineux, ayant un impact sur le paysage nocturne, mais également sur la trame noire et la santé humaine

Orientation 3.3 - Limiter les dispositifs numériques

- Limiter la démultiplication des dispositifs numériques, aux impacts visuels et énergétiques

Le Conseil municipal, après en avoir délibéré, à l'unanimité, prend acte de la tenue du débat sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal qui couvrira l'ensemble du territoire métropolitain.

URBANISME

Transfert de la concession d'aménagement de la ZAC multi-sites « Centre ouest - La Vigne » de la Société OCDL à la Société OCDL LOCOSA (Groupe Giboire)

Par une délibération en date du 16 février 2021, le conseil municipal de la commune de Saint-Gilles a désigné la société OCDL (Groupe Giboire) comme concessionnaire de la ZAC multi-sites sur les secteurs « Centre-Ouest - la Vigne ».

Le traité de concession a été signé le 26 mars 2021 avec la société OCDL.

Ladite société, représentée par Monsieur Michel Giboire, en sa qualité de Président du Directoire, a sollicité la Ville de Saint-Gilles, par courrier en date du 05 mai 2021, afin que le traité de concession soit transféré à la société OCDL LOCOSA, spécifiquement dédiée à la gestion des opérations d'aménagement au sein du Groupe Giboire.

Monsieur GALLÉE rappelle que le traité de concession prévoit en son article 30 - Cession de la concession d'aménagement : « *Toute cession totale ou partielle de la concession d'aménagement, tout changement de concessionnaire ne peut intervenir qu'en vertu d'un avenant au présent contrat après une autorisation résultant d'une délibération du Conseil municipal du concédant* ».

Monsieur GALLÉE propose donc de transférer le traité de concession de la ZAC de la société OCDL à la société OCDL LOCOSA (Groupe Giboire).

Le Conseil municipal, après en avoir délibéré, à l'unanimité :

- Accepte le transfert du traité de concession d'aménagement de la ZAC « Centre-Ouest - La Vigne » à la société OCDL-LOCOSA (Groupe Giboire).
- Donne pouvoir à Monsieur le Maire ou son représentant, afin de signer tous les documents se rapportant à cette décision, notamment l'avenant n° 1.

VIE ASSOCIATIVE, VIE SPORTIVE

Attribution des marchés de travaux pour la construction d'un local associatif

Le Conseil municipal, après en avoir délibéré, à l'unanimité, décide d'attribuer les marchés suivants :

Désignation des lots	Entreprise	Montant HT	Montant TTC
Lot 1 – Gros œuvre	MARSE	87 341,74 €	104 810,09 €
Lot 2 – Charpente-Bardage-Etanchéité	BILHEUDE	51 000,00 €	61 200,00 €
Lot 3 – Menuiseries extérieures	MARTIN	14 437,55 €	17 325,06 €
Lot 4 – Menuiseries intérieures bois	MARTIN	6 680,44 €	8 016,53 €
Lot 5 – Cloisons intérieures-Doublages-Plafonds	STOA	11 708,00 €	14 049,60 €
Lot 6 – Revêtement de sols-Faïence	BREL	12 847,14 €	15 416,57 €
Lot 7 – Peinture-Revêtements muraux	MARGUE	2 718,61 €	3 262,33 €
Lot 8 – Plomberie sanitaire-Chauffage-Ventilation	AIR'V	23 594,46 €	28 313,35 €
Lot 9 – Electricité-Courants forts & Faibles	LUSTRELEC	12 040,09 €	14 448,11 €
MONTANT TOTAL DES TRAVAUX		222 368,03 €	266 841,64 €

et autorise Monsieur le Maire ou son représentant à signer les marchés ainsi que tout document afférent.

FINANCES

Demande de subvention au titre du Fonds d'urgence 35 du Département d'Ille-et-Vilaine

Le Conseil municipal, après en avoir délibéré, à l'unanimité :

- Décide de solliciter une subvention au titre du "Fonds d'urgence 35" pour le projet de "maison des associations" - subvention sollicitée de 75 000,00 €.
- Autorise Monsieur le Maire à déposer le dossier de demande de subvention précitée et à signer tout document afférent à cette demande.

AFFAIRES GENERALES

Adhésion au dispositif « Eco-garde »

Le Conseil municipal, après en avoir délibéré, à l'unanimité :

- Approuve l'adhésion au dispositif "Eco-garde" (le montant de la cotisation annuelle pour la période du 1er juin 2021 au 31 mai 2022 s'élève à 100 €).
- Approuve la convention d'adhésion et la mise à disposition d'une brigade d'éco-gardes (104 patrouilles) pour un montant de 1 248,00 € sur la période du 1er juin 2021 au 31 mai 2022.
- Autorise Monsieur le Maire ou son représentant à signer tout document afférent à cette affaire.

Ainsi fait et délibéré, les jours, mois et an susdits.

L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 20 h 48

Le Maire, Philippe THÉBAULT



Date d'affichage : - 2 JUIN 2021