

PROCES VERBAL DE LA REUNION DU CONSEIL MUNICIPAL

SEANCE DU 14 OCTOBRE 2016

Sous la présidence de M. Maurice GRENIER, Maire

Etaient présents, Mesdames et Messieurs les Conseillers Municipaux :

Messieurs GRENIER, DATSIRA, DUHAMEL GALLAIS, PERIC, FEUGA, MAMAN,

Mesdames BIANCHIN, DAVID, COLIN, CANNESANT, TERMOSIRIS, , MONFORT-PERRIN

Absents ayant donné procuration :

Mme MATRE procuration à Monsieur GRENIER Maurice

Mr LEWIN FLEUR procuration à Madame DAVID Henriette

Secrétaire de séance : Madame CANNESANT

Début de séance : 21 heures

Lecture et approbation du procès-verbal de la réunion du 30/08/2016

Ordre du jour :

1) Décision Modificative N°1

Monsieur le Maire informe le conseil municipal, afin de pallier au montant en dépense du fonds de péréquation, il convient de procéder à un virement de crédits comme suit :

Désignation	Budgété avant DM	Diminution	Augmentation	Budget après DM
Total des chapitres mouvementés par la DM	25 200.00 €	-500.00 €	500.00 €	25 200.00 €
014 Atténuations de produits	5 200.00 €	0.00 €	500.00 €	5 700.00 €
73925/014	5 000.00 €	0.00 €	500.00 €	5 500.00 €
022 Dépenses imprévues de fonctionnement	20 000.00 €	-500.00 €	0.00 €	19 500.00 €
022/022	20 000.00 €	-500.00 €	0.00 €	19 500.00 €

Après en avoir délibéré, le conseil municipal, à l'unanimité des membres présents accepte cette proposition et autorise Monsieur le Maire à procéder à ces mouvements de crédit.

2) Délibération autorisant Mr le Maire à signer la convention de participation en santé – ANNULE et REMPLACE la délibération N°20 du 30/08/2016

Vu le Code Général des Collectivités territoriales,

Vu les lois n°83-634 en date du 13 juillet 1983 et n°84-53 en date du 26 janvier 1984,

Vu le décret n°2011-1474 en date du 8 novembre 2011,

Monsieur le Maire rappelle aux membres de l'Assemblée délibérante que par délibération en date du 21/04/2016, l'assemblée délibérante avait donné mandat au Centre de Gestion de la Fonction Publique Territoriale (CDG31) afin de mener à bien une mise en concurrence en vue de l'obtention d'une convention de participation couvrant le risque santé, dans le cadre des dispositions du Décret N°2011-1474, en date du 08 novembre 2011 et pour une durée de 6 ans (01/01/2017 au 31/12/2022).

Il précise qu'à la suite de cette mise en concurrence le groupement Alternative Courtage (courtier)/MNFCT (Mutuelle) s'est vu attribuer ladite convention de participation.

Le Maire indique qu'il convient donc que l'Assemblée délibérante se prononce maintenant sur l'adhésion au Service Convention de Participation en Santé proposé par le CDG31, dans le respect des dispositions du décret précité.

Cette adhésion permettra aux agents qui le souhaitent, de souscrire une couverture en santé dans le cadre de ladite convention de participation en bénéficiant d'une participation de l'employeur à fixer par l'assemblée et à acquitter mensuellement lors de la paie.

Ce projet a fait l'objet d'un avis du Comité Technique Intercommunal du CDG31 en date du 05/07/2016.

Après en avoir délibéré le Conseil Municipal :

- Décide d'adhérer au service de convention de participation en santé du CDG31, en s'acquittant d'un tarif de service auprès du CDG31, fixé comme suit : 12 € par agent adhérent à la couverture santé

- Décide d'adhérer à la convention de participation correspondante et au contrat d'assurance associé, dont le titulaire est le groupement Alternative Courtage (courtier)/MNFCT (mutuelle)

- Décide de donner accès ainsi à tous les agents qui le souhaitent, aux couvertures proposées dans ce cadre en bénéficiant d'une participation mensuelle de la structure fixée comme suit :

- **A hauteur de 30 € par mois.**

- Précise que cette participation ne pourra être allouée que dans ce cadre exclusif comme le prévoit le décret n°2011-1474 en date du 08/11/2011

- Donne mandat à Monsieur le Maire pour la signature de tous les documents utiles à la réalisation des décisions précédemment exposées.

- **Cette délibération annule et remplace la délibération N°2016/20 du 30/08/2016**

3) Délibération Prenant acte du débat sur le Projet d'aménagement et de développement durables (PADD) de Toulouse Métropole en cours d'élaboration

Monsieur le Maire rappelle que :

- Le PLUI-H a été prescrit par délibération du Conseil de la Métropole du 09/04/2015

- Le PADD doit faire l'objet d'un débat au sein de chaque conseil municipal des communes membres de la métropole en application de l'article L153-12 du code de l'urbanisme.

- Puis le PADD fera également l'objet d'un débat au sein du conseil de la métropole

Monsieur le Maire présente ensuite la synthèse du PADD qui reprend les principaux éléments du PADD complet transmis préalablement au Conseil Municipal

- Le socle (les grandes orientations)

- Les thèmes et territoires

Le projet de PADD transmis à l'ensemble des élus et ainsi présenté est alors soumis au débat.

Aucune remarque n'est émise sur le document

Il est donc pris acte du débat ouvert et clos sur le PADD du PLUi-H de Toulouse Métropole en cours d'élaboration.

4) Délibération Prenant acte du débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Toulouse Métropole en cours d'élaboration

- Monsieur le Maire rappelle **le contexte réglementaire et métropolitain** dans lequel s'inscrit ce débat :

Le RLPi est un document qui édicte des prescriptions à l'égard de la publicité, des enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national, peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

La réglementation nationale (Loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, dite loi ENE) poursuit un objectif de protection du cadre de vie, de mise en valeur du paysage tout en cherchant une adéquation avec le respect de la liberté d'expression et les réalités économiques de la liberté du commerce et de l'industrie.

Depuis la loi ENE de 2010, Toulouse Métropole, compétente en matière de Plan Local d'urbanisme (PLU), est devenue compétente pour élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur son territoire. Les 26 règlements locaux de publicité communaux existants continuent à s'appliquer jusqu'à l'approbation du RLPi.

Par délibération du Conseil de la Métropole du 9 avril 2015, Toulouse Métropole a

prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble de son territoire. Il devra poursuivre les objectifs suivants :

- Préserver l'attractivité de la Métropole tout en luttant contre la pollution visuelle
- Renforcer l'identité métropolitaine et harmoniser la réglementation locale
- Adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire et la renforcer
- Intégrer les exigences environnementales de la loi Grenelle 2 et réduire la consommation énergétique de certains dispositifs.

Cette démarche s'inscrit dans le projet de territoire de Toulouse Métropole qui a prescrit en cette même séance du 9 avril 2015, l'élaboration de son Plan Local d'Urbanisme intercommunal tenant lieu de Programme Local d'habitat (PLUi-H)

Le RLPi est élaboré conformément à la procédure d'élaboration des plans locaux d'urbanisme et deviendra une annexe du PLUi-H, une fois qu'il aura été approuvé.

Comme en matière de PLU, la procédure d'élaboration du RLPi prévoit la tenue d'un débat sur les orientations au sein des conseils municipaux des communes membres, puis en Conseil de la Métropole.

Les orientations du futur RLPi s'appuient sur un diagnostic réalisé sur le territoire métropolitain. Elles guideront l'élaboration des pièces réglementaires.

- Monsieur le Maire, poursuit en indiquant que dans le cadre de l'élaboration du RLPi de Toulouse Métropole, **un diagnostic de la situation de la publicité extérieure** a été réalisé au printemps 2016. Il en explique les objectifs et présente une synthèse des conclusions :

Le diagnostic est un élément constitutif du rapport de présentation du RLPi. Il porte sur l'impact paysager des dispositifs de publicité, d'enseignes, de préenseignes, des mobiliers urbains accessoirement publicitaires, et autres dispositifs relevant de cette réglementation.

A ce titre, le diagnostic du RLPI :

- Recense les enjeux architecturaux et paysagers
- Identifie les spécificités des différents secteurs du territoire, notamment ceux concernés par les enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire,
- Détermine les critères de pollution visuelle
- Met en évidence les conformités ou non de certains dispositifs avec la réglementation de la publicité
- Propose des pistes d'action pour traiter les thématiques clés.

En premier lieu, **une analyse urbaine et paysagère du territoire** a été réalisée en s'appuyant, lorsqu'il y avait lieu, sur les données du PLUi-H en cours d'élaboration. Cette analyse a permis d'identifier des enjeux en matière de publicité et d'enseigne. Ils se traduisent en secteurs qui justifient d'une attention particulière du point de vue de la publicité extérieure, et qui pourraient faire l'objet d'un traitement spécifique. Ces enjeux sont au nombre de huit :

1. Le patrimoine naturel, agricole et forestier : lorsque ces espaces sont situés en agglomération, l'enjeu est d'en assurer la protection contre la publicité.
2. Le patrimoine bâti : la mise en valeur du patrimoine architectural impose une intégration harmonieuse de la publicité et des enseignes.
3. Les abords du tramway : le traitement urbain des abords du tramway doit s'accompagner d'un traitement de la publicité et des enseignes.
4. Les caractéristiques urbaines des communes et des centralités : les différentes ambiances paysagères des communes, ainsi que la variété des centralités (à vocation patrimoniale et/ou commerciale) doivent être préservées.
5. Les voies structurantes et les entrées de ville : les séquences des voies structurantes selon les enjeux paysagers traversés (centres-villes, secteurs patrimoniaux ou naturels, zones commerciales), les entrées de ville et les cônes de vues identifiés par le PLUi-H, lorsqu'ils sont en agglomération, doivent être traités.
6. Les zones d'activités économiques et/ou commerciales : lieu de prédilection de la publicité et des enseignes, les zones d'activités doivent faire l'objet d'un traitement spécifique, en particulier celles qui, exclusivement commerciale, sont situées hors agglomération.
7. Les aéroports : espaces privilégiés pour l'implantation de la publicité, les aéroports doivent faire l'objet d'un traitement spécifique.

8. Les stades : Lorsqu'ils comportent plus de 15 000 places assises, les enceintes sportives sont propices à l'implantation de publicités de grand format. Dans leur emprise, la publicité doit faire l'objet d'un traitement spécifique.

En deuxième lieu, l'aspect réglementaire a été étudié sous deux angles :

□ La réglementation nationale applicable sur le territoire métropolitain a été analysée en tenant compte, d'une part, des incidences de l'appartenance, ou non, des communes à l'unité urbaine de Toulouse et, d'autre part, du seuil de 10 000 habitants

□ La réglementation locale a été étudiée à travers l'analyse des 26 règlements locaux de publicité (RLP) communaux existant. Cette étude a révélé certaines faiblesses, mais aussi des dispositions intéressantes qui ont eu une incidence positive sur le paysage et le cadre de vie. Celles ci pourraient être reconduites dans le cadre du RLPi.

Cette analyse a été complétée dans le même temps par des entretiens organisés en commune entre mars et juin 2016. Riches d'enseignements, ils ont notamment permis de prendre connaissance des attentes des communes en matière de publicité extérieure, de leur expérience quant à l'application de ce droit et de leurs souhaits pour le futur RLPi. Ces entretiens figureront en annexe du rapport de présentation du RLPi.

Enfin, une analyse de terrain quantitative (Exhaustive sur les grands axes) **et qualitative** de la situation de la publicité extérieure sur le territoire de la Métropole a été effectuée. Quelques 1529 faces publicitaires ont été recensées sur le territoire de la Métropole, dont celles implantées sur les principaux axes à enjeux.

Les conclusions du diagnostic de terrain font apparaître un certain nombre d'éléments particulièrement saillants :

- En matière de publicité :

* Malgré le format standard de 12 m², la Métropole se caractérise par le recours au format publicitaire de 8 m². C'est en partie dû à certains règlements locaux qui imposent ce format maximum. Mais, dans certaines communes, les afficheurs se l'imposent à eux même sans que la réglementation ne le prévoit.

* La plupart des dispositifs sont scellés au sol (90 % contre 10 % de panneaux muraux) et, globalement, les matériaux sont de bonne facture malgré la présence de dispositifs mal entretenus.

* Même si elles ne sont pas les seules, les infractions constatées concernent principalement des dispositifs implantés hors agglomération. Un repositionnement des panneaux d'entrée et de sortie de ville est nécessaire.

* Certains axes sont saturés de dispositifs publicitaires sans qu'ils soient nécessairement en infraction. C'est notamment le cas de la RD820 de Saint-Jory à Toulouse ou de la RD112 du centre commercial Gramont (Toulouse-Balma) jusqu'à Beaupuy.

* Le mobilier urbain supportant de la publicité est très prisé des communes. De nombreux secteurs interdits à toute forme de publicité accueillent cependant du mobilier urbain, généralement au format de 2 m², même s'il existe des dispositifs de 8 m².

- En matière d'enseignes :

* On note un usage soutenu des enseignes scellées au sol qui, par leur aspect et leur format, s'apparentent à des publicités scellées au sol et qui contribuent à dégrader le paysage et le cadre de vie. Elles sont par ailleurs souvent en infraction car en surnombre.

* Les enseignes murales sont, dans leur majorité, bien intégrées dans l'architecture des bâtiments qui les supportent. Mais sur certains immeubles, la situation pourrait être améliorée.

* Dans les zones commerciales, de nombreuses enseignes en infraction ont été relevées en raison de la surface trop importante qu'elles occupent par rapport à la façade.

* Les enseignes en toiture, lorsqu'elles ne sont pas interdites par certains règlements communaux en raison de leur impact sur le cadre de vie, sont, dans leur très grande majorité (centres commerciaux de proximité ou grands pôles commerciaux), en infraction car elles ne sont pas en lettres découpées comme l'impose la réglementation.

- Monsieur le Maire, indique que ces conclusions **ont permis de définir dix orientations pour le futur RLPi** et précise que ces orientations doivent faire l'objet d'un débat au sein de chaque conseil municipal des communes membres de la métropole, en application des dispositions combinées des articles L 581-14 -1 du Code de l'Environnement et de

l'article L 153-12 du Code de l'Urbanisme, puis d'un débat au sein du Conseil de la Métropole.

- Monsieur le Maire présente **les 10 orientations proposées pour le futur RLPi** à l'appui d'un document transmis préalablement à tous les membres du Conseil Municipal.

- Monsieur le Maire en expose les principaux éléments :

En matière de publicité :

1. Maintenir et généraliser la préservation des lieux remarquables. Protéger les centres villes
2. Supprimer la publicité dans les zones naturelles situées en secteur aggloméré
3. Harmoniser les dispositifs existants en fixant le format publicitaire maximum à 8 m²
4. Assurer une meilleure insertion paysagère des dispositifs publicitaires
5. Garantir la qualité des matériels employés
6. Encadrer les publicités numériques

En matière d'enseignes :

1. Réduire l'impact des enseignes scellées au sol
2. Intégrer les enseignes murales dans l'architecture du bâtiment en fonction des caractéristiques des centres villes et mieux les encadrer dans les pôles commerciaux.
3. Interdire les enseignes en toiture en tenant compte des caractéristiques urbaines des secteurs concernés
4. Encadrer le développement des enseignes numériques

Les orientations du futur RLPi ainsi présentées, sont alors mises au débat.

Aucune remarque n'est émise sur le document.

Il est donc pris acte du débat ouvert et clos sur les orientations du RLPi de Toulouse Métropole en cours d'élaboration.

Questions diverses

- 1) Décozet incinérateur de Bessières : la déperdition de chaleur est utilisée pour produire des tomates sous serre (en 2016 : 700 tonnes)
- 2) Ancienne décharge de Drémil : installation de panneaux solaires pour gagner de l'argent.
- 3) Le poids des ordures ménagères des communes de Toulouse Métropole a baissé malgré l'augmentation de la population grâce à l'augmentation du compostage et au tri sélectif.
- 4) Camion pizza 1 fois par semaine sur la place de Beaupuy le samedi midi à partir de Novembre.
- 5) Réunion d'information des riverains le 18/10/2016 au sujet du projet « Belpech »
- 6) Demande de suppression du péage de l'Union
- 7) Mise en route de travaux : tuyaux d'eau à la butte – mise aux normes de la station d'épuration – trottoirs
- 8) Nouvelle troupe de théâtre à Beaupuy : représentation samedi 3 juin 2017

La séance est levée à 22 h 30