



ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ MÉTROPOLITAIN

ORLÉANS MÉTROPOLE

CONSEIL MÉTROPOLITAIN

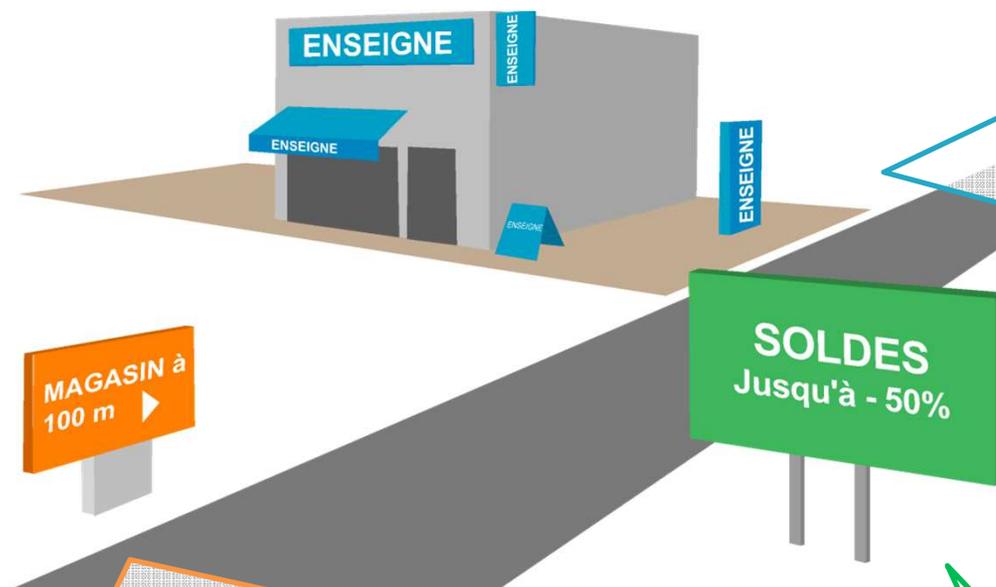
19 DÉCEMBRE 2019



Contexte

- Le droit relatif à la publicité extérieure a été réformé par la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (loi ENE dite Genelle II)
- Tous les Règlements Locaux sur la Publicité antérieurs à cette loi doivent être révisés sous peine de devenir caducs à compter du **13 juillet 2020**
- 13 communes de la Métropole ont élaboré un RLP
- 9 communes sont concernées par la caducité de leur RLP en 2020 (Marigny-les-Usages, Boigny-sur-Bionne, Mardié, Saran, Saint-Jean de la Ruelle, La Chapelle Saint-Mesmin, Orléans, Olivet, Saint-Jean le Blanc)
- Suite au transfert de compétence en matière de planification urbaine à Orléans Métropole, les communes ne sont plus compétentes pour procéder à la révision de leur RLP.

Que réglemente le RLPm ?



Enseigne :

Inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Préenseigne :

Inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

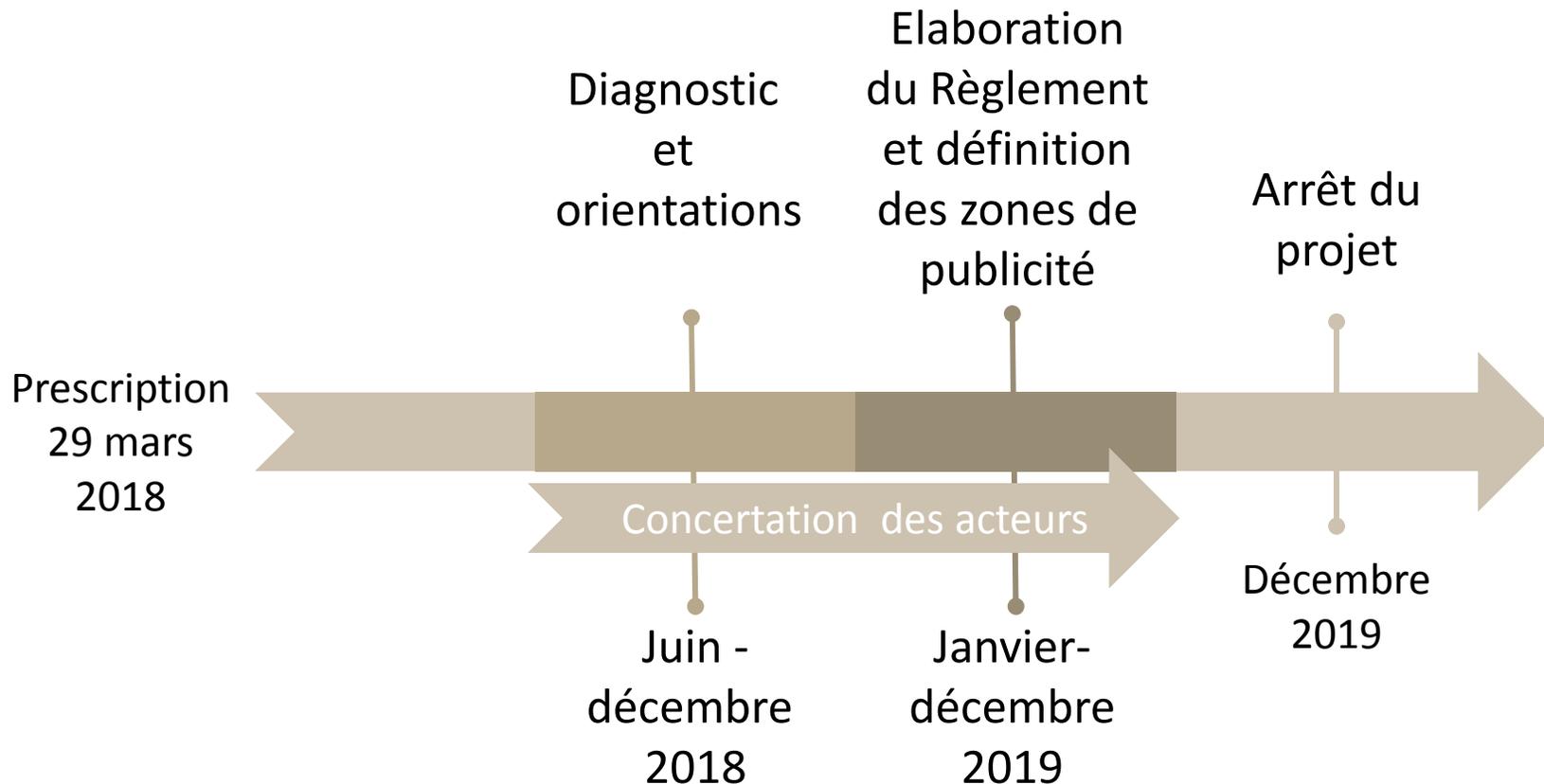


Publicité :

Inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.



Déroulé du projet – étapes réalisées



Un règlement concerté

- Des **ateliers** de travail avec les acteurs concernés (afficheurs, enseignants, commerçants, Personnes Publiques Associées) suivis d'une **réunion publique**
- Des **registres de concertation** du public, une page dédiée sur le **site internet** d'Orléans Métropole, un **questionnaire en ligne**, des **lettres d'information**

Enjeux et objectifs du RLPm

définis dans la délibération de prescription du 29 mars 2018

LES ENJEUX

- S'adapter à l'évolution du **cadre législatif**.
- Prendre en compte les exigences en matière de **développement durable**.
- Préserver l'**attractivité** de la métropole.
- Assurer l'équilibre entre **droit à l'expression** et **diffusion d'informations**.

LES OBJECTIFS

- **Adapter la réglementation nationale** aux caractéristiques du territoire.
- **Harmoniser** la réglementation locale.
- Définir des **règles cohérentes** avec le PLU métropolitain.
- **Protéger** les paysages urbains et naturels.
- **Traiter** chaque secteur dans leurs **spécificités**.
- Favoriser l'adoption de règles visant la **baisse d'intensité lumineuse** la nuit.
- **Encadrer les nouveaux procédés** et technologies en matière de publicité.

Les orientations du RLPm

Débatues lors du Conseil Métropolitain du 28 février 2019

ORIENTATION 1 : Préserver les identités naturelles et patrimoniales

1. Préserver les paysages naturels emblématiques et du quotidien (Val de Loire, la Loire, le Loiret, le Canal, les cônes de vue, les coupures vertes, séquences paysagères, espaces verts....)
2. Préserver les richesses patrimoniales et architecturales, les sites remarquables

ORIENTATION 2 : Préserver le cadre de vie et les entrées de villes

1. Mettre en scène les portes d'entrées et traversées urbaines (axes routiers, train, tram)
2. Maintenir la qualité des paysages urbains à caractère résidentiel

ORIENTATION 3 : Participer au dynamisme économique et commercial du territoire

1. Assurer la visibilité des activités et la qualité des paysages commerciaux
2. Permettre l'expression des commerces locaux (de centres-bourg et cœurs de quartiers)

ORIENTATION 4 : Dispositions générales à toutes les zones

1. Réguler la densité et la taille des dispositifs du parc publicitaire
2. Encadrer l'affichage lumineux sur le territoire

DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES COMMUNES A TOUTES LES ZONES

Règles concernant les publicités / pré-enseignes

➤ RÈGLES DE DENSITÉ



Publicité murale

- 1 dispositif par mur, doublons interdits
- 1 publicité murale pour les parcelles de 0ml à 80ml de largeur sur voie, 1 publicité murale supplémentaire par nouvelle tranche de 80ml sur voie



Publicité scellée ou posée au sol

- 1 dispositif au sol pour les parcelles de 0ml à 80ml de largeur sur voie, doublons interdits
- 1 dispositif supplémentaire par nouvelle tranche de 80ml sur voie

➤ BAISSÉ DES FORMATS MAXIMAUX DU RNP



Publicité murale

- Règle nationale** : 12m² maxi (hors tout)
- Règle locale** : 8m² (utile)
10,5m² (hors tout)



Publicité scellée ou posée au sol

- Règle nationale** : 12m² maxi (hors tout)
- Règle locale** : 8m² (utile)
10,5m² (hors tout)

➤ ZONE DE PROTECTION SUPPLEMENTAIRE DE CERTAINS GIRATOIRES 30m ou 60m (selon le choix des communes)

DISPOSITIONS SPECIFIQUES AUX REGLES DES PUBLICITES

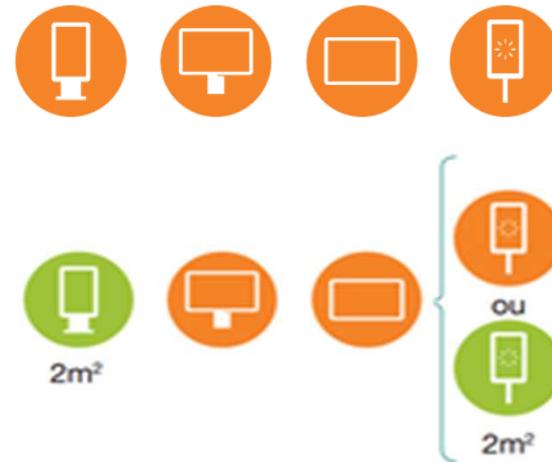
Légende



ZP1 Secteurs de paysages et de patrimoines emblématiques = publicités strictement interdite

ZP2 Secteurs patrimoniaux urbains, Centre-ville d'Orléans, Centres-villes et Centres-bourgs

ZP3 Zones résidentielles



ZP3a Zones résidentielles denses et mixtes du cœur d'agglomération



ZP3b Autres zones résidentielles



ZP3c Zones résidentielles protégées



ZP4

Axes viaires structurants

ZP4a Axes urbains structurants



ZP4b Axes secondaires



ZP4c Axes à protéger



ZP5

Zones d'activités

ZP5a Zones d'activités expressives



ZP5b Zones d'activités mixtes



ZP5c Zones d'activités à protéger



ZP6

Autoroutes, routes express, voies ferrées et voies de tramway

ZP6a Emprise des voies ferrées, autoroutes et voies express



ZP6b Voies de tramway



ZP7

Secteurs hors agglomération * (règles uniquement sur les enseignes)



*telle que définie au Code de la route

DISPOSITIONS SPECIFIQUES AUX REGLES DES ENSEIGNES



ENSEIGNES DE CENTRE-VILLE ET DE ZONES RESIDENTIELLES

Des règles assurant une expression commerciale de qualité respectant le cadre urbain, paysager voire patrimonial des secteurs de centres-villes et centres-bourgs, des espaces résidentiels et des espaces naturels le cas échéant

>> A terme, des perceptions d'ensemble valorisées

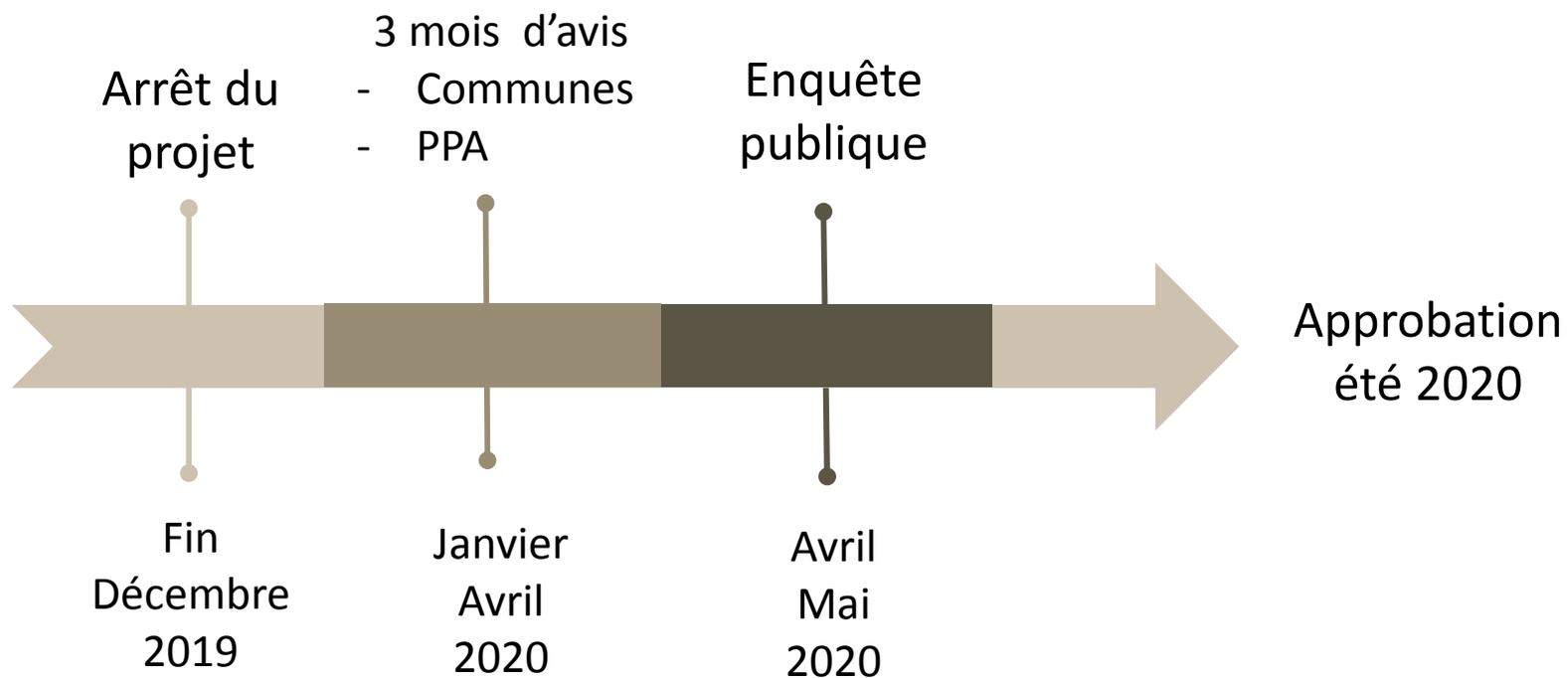


ENSEIGNES SUR LES AXES ET LES ZONES D'ACTIVITES

Des règles permettant la visibilité des acteurs commerciaux et économiques sur des espaces présentant des enjeux économiques tout en recherchant le respect de l'environnement paysager proche, le bâti, le voisinage et les perspectives visuelles

>> A terme, une cohérence d'ensemble et une meilleure lisibilité des activités existantes

Déroulé du projet étapes à venir après l'arrêt



Merci de votre attention

An aerial photograph of the city of Orléans, France, showing a dense urban landscape with various buildings and green spaces. A semi-transparent map overlay is visible, showing the city's layout and a specific area highlighted in green. The word "ANNEXES" is written in large, white, bold, sans-serif capital letters across the lower-left portion of the map overlay.

ANNEXES

Des orientations à l'armature réglementaire

Orientations	Zones de publicités		
1. Préserver les paysages naturels emblématiques et du quotidien	ZP1	ZP1	Paysages de nature et patrimoines emblématiques
1.2 Préserver les richesses patrimoniales et architecturales, les sites remarquables 3.2 Permettre l'expression des commerces locaux (de centres-bourg et cœurs de quartiers)	ZP2	ZP2a	Secteurs patrimoniaux urbains
		ZP2b	Centres-villes historiques
		ZP2c	Centres-villes et centres-bourgs
2.2 Maintenir la qualité des paysages urbains à caractère résidentiel	ZP3	ZP3a	Zones résidentielles denses et mixtes du cœur d'agglomération
		ZP3b	Autres zones résidentielles
		ZP3c	Zones résidentielles à protéger
2.1 Mettre en scène les portes d'entrée et traversées urbaines, et notamment : Améliorer le paysage des séquences de traversée urbaines et des entrées d'agglomération, vitrines du territoire	ZP4	ZP4a	Axes urbains structurants
		ZP4b	Axes secondaires
		ZP4c	Axes à protéger
3.1 Assurer la visibilité des activités et la qualité des paysages commerciaux	ZP5	ZP5a	Zones d'activités expressives
		ZP5b	Zones d'activités mixtes
		ZP5c	Zones d'activités à protéger
2.1 Mettre en scène les portes d'entrée et traversées urbaines, et notamment : <i>Préserver de l'affichage publicitaire les secteurs des voies ferroviaires et lignes de tramway</i>	ZP6	ZP6a	Emprises des voies ferrées, autoroutes et voies express
		ZP6b	Voies de tramway
1. Préserver les paysages naturels emblématiques et du quotidien	ZP7	ZP7	Hors agglomération

Règles concernant les publicités / pré-enseignes

PROTECTION DES CARREFOURS ET DES GIRATOIRES



(sauf abribus)

Légende



Publicité sur mobilier urbain



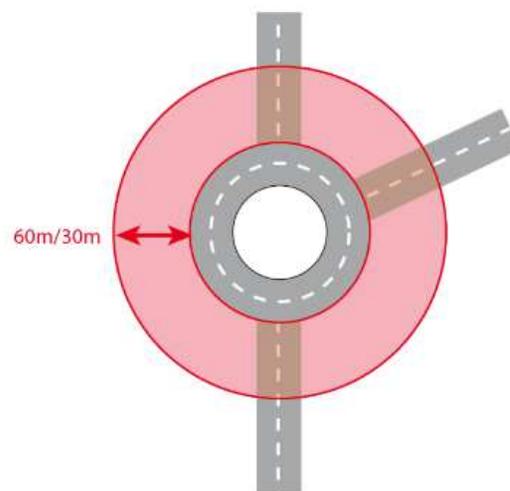
Publicité scellée ou posée au sol



Publicité murale



Publicité numérique



Zone tampon de protection de 30m ou de 60m : au choix des communes



>> Extrait du plan de zonage (version en cours au 26/11/19)

		Mural	Au sol	Sur mobilier urbain	Lumineux	<i>Dont numérique Interdits dans les communes de moins de 10 000 habitants y compris dans UU où MU numériques restent interdits = RNP</i>
ZP1	Paysages de nature et patrimoines emblématiques	Interdites	Interdites	Interdites	Interdites	Interdites
ZP2a	Secteurs patrimoniaux urbains	Interdites	Interdites	Autorisées 2m ²	Interdites	Interdites
ZP2b	Centres-villes historiques	Interdites	Interdites	Autorisées 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²
ZP2c	Centres-villes et centres-bourgs	Interdites	Interdites	Autorisées 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²
ZP3a	Zones résidentielles denses et mixtes du cœur d'agglomération	Autorisées 8m ²	Autorisées 8m ²	Autorisées 8m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 8m ²	Interdites
ZP3b	Autres Zones résidentielles	Autorisées 4 m ²	Interdites	Autorisées 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²	Interdites
ZP3c	Zones résidentielles à protéger	Autorisées 2 m ²	Interdites	Autorisées 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²	Interdites
ZP4a	Axes urbains structurants (tampon de 30m de l'axe)	Autorisées 8m ²	Autorisées 8m ²	Autorisées 8m ²	Autorisées 8m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²
ZP4b	Axes secondaires (tampon de 30m de l'axe)	Autorisées 4 m ²	Interdites	Autorisées 2m ²	Autorisées (sous réserve du respect des surfaces réglementées pour les différents types de dispositifs)	Interdites
ZP4c	Axes à protéger (tampon de 30m de l'axe)	Interdites	Interdites	Autorisées 2m ²	Interdites	Interdites
ZP5a	Zones d'activités expressives	Autorisées 8m ²	Autorisées 8m ²	Autorisées 8m ²	Autorisées 8m ²	Autorisées 6m ²
ZP5b	Zones d'activités mixtes	Autorisées 4 m ²	Interdites	Autorisées 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²
ZP5c	Zones d'activité à protéger	Interdites	Interdites	Autorisées 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²
ZP6a	Emprises des voies ferrées, autoroutes et voies express (emprise des voies)	Autorisée 2m ² seulement sur les quais de gare	Autorisée 2m ² seulement sur les quais de gare	Autorisée 2m ² seulement sur les quais de gare	Autorisée seulement sur les quais de gare (sous réserve du respect des surfaces réglementées pour les différents types de dispositifs)	Autorisée seulement sur les quais de gare (sous réserve du respect des surfaces réglementées pour les différents types de dispositifs)
ZP6b	Voies de tramway (tampon de 10m)	Interdites	Interdites	Autorisées 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ²	Autorisées seulement sur mobilier urbain 2m ² (test en cours)
	Hors Agglomération					

DISPOSITIONS SPECIFIQUES AUX REGLES DES ENSEIGNES

ZP1

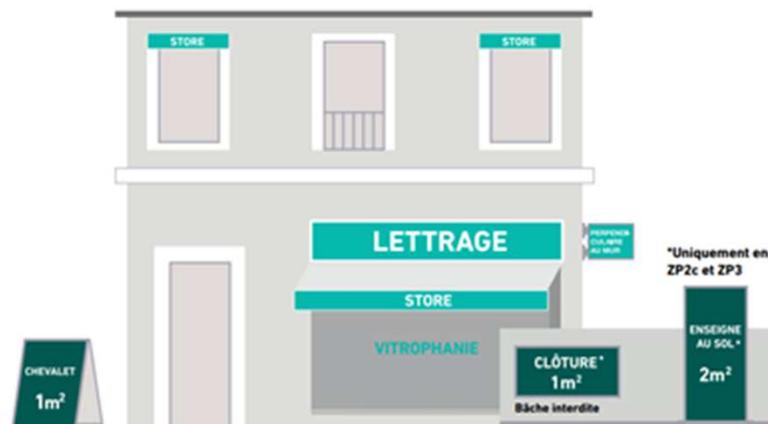
ZP2

ZP3

ENSEIGNES DE CENTRE-VILLE ET DE ZONES RESIDENTIELLES

Des règles assurant une expression commerciale de qualité respectant le cadre urbain, paysager voire patrimonial des secteurs de centres-villes et centres-bourgs, des espaces résidentiels et des espaces naturels le cas échéant

>> A terme, des perceptions d'ensemble valorisées



ZP4

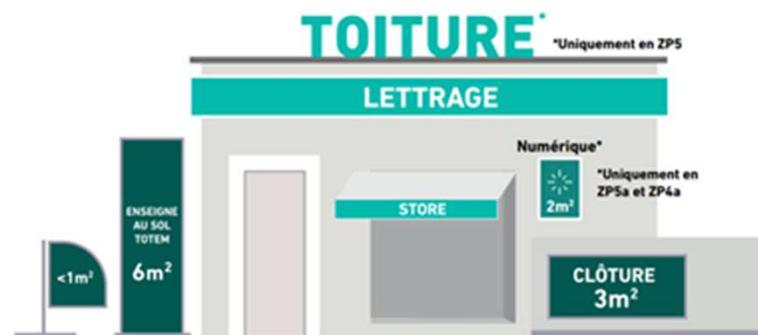
ZP5

ZP6

ENSEIGNES SUR LES AXES ET LES ZONES D'ACTIVITES

Des règles permettant la visibilité des acteurs commerciaux et économiques sur des espaces présentant des enjeux économiques tout en recherchant le respect de l'environnement paysager proche, le bâti, le voisinage et les perspectives visuelles

>> A terme, une cohérence d'ensemble et une meilleure lisibilité des activités existantes



Objectifs de la concertation

Définis dans la délibération de prescription du 29 mars 2018

- **Donner accès à l'information tout au long de la procédure**
- **Sensibiliser la population aux enjeux du territoire et à sa mise en valeur**
- **favoriser l'appropriation du projet par l'ensemble des acteurs**

⋮

Actions menées

Réunions d'échange avec les acteurs concernés

	Atelier 1 – Diagnostic & Orientations	Atelier 2 – Zones de publicités et règlement
Afficheurs	Le 14 janvier 2019 de 14h à 16h Lieu : Mairie d'Orléans, Place de l'Étape. Une quinzaine de participants	Le 23 mai 2019 de 14h à 15h30 Lieu : Espace Saint Marc, 5 place du 6 juin 1944, Orléans Une quinzaine de participants
Enseignistes	Le 15 mars 2019 de 14h à 16h30 Lieu : Espace Saint Marc, 5 place du 6 juin 1944, Orléans Une quinzaine de participants	Le 23 mai 2019 de 15h30 à 17h Lieu : Espace Saint Marc, 5 place du 6 juin 1944, Orléans Trois participants
Commerçants	Le 5 avril 2019 de 18h à 20h Lieu : Salle Albert Camus, 4 Place du Champ Saint Marc, Orléans Une quinzaine de participants	Le 24 mai 2019 de 8h à 10h Lieu : Mairie d'Orléans, Place de l'Étape Une dizaine de participants



Suivies de leurs contributions écrites

Une réunion publique présentant le projet

Actions menées

ORLÉANS MÉTROPOLÉ

Découvrir & Sortir | Vie pratique | Mairie & Métropole | Villes & Quartiers | Grands projets

RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ LOCAL MÉTROPOLITAIN

Orléans Métropole s'est engagée dans l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité métropolitain.

QU'EST-CE QU'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL ?

Le RLP Intercommunal, dit RLP métropolitain, vise à adapter ou préciser la réglementation nationale aux enjeux paysagers, touristiques, patrimoniaux et économiques de chaque territoire. Juridiquement, c'est un document d'urbanisme qui fixe, par zones, les obligations en matière de publicité, d'enseignes et pré-enseignes. Un équilibre doit notamment être trouvé entre protection du cadre de vie et communication des acteurs économiques.

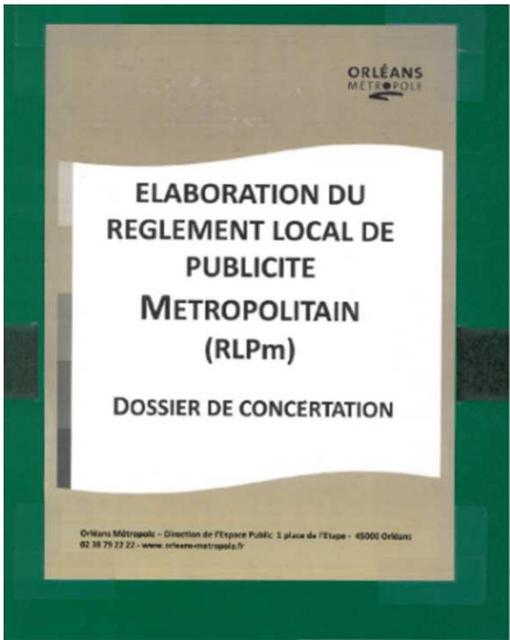
CONCERTATION DES HABITANTS

Les habitants qui le souhaitent peuvent participer et adresser toutes remarques par courriel, et apposer des observations dans les registres de concertation mis à leur disposition dans chaque mairie, mairie de proximité et au sein du siège de la Métropole. Ils peuvent également répondre au questionnaire en ligne.

LES ÉTAPES DE L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT

- DIAGNOSTIC & ORIENTATIONS** (juin 2018 - fin décembre 2018) : Identifier le répertoire des dispositifs existants et les enjeux paysagers et économiques du territoire pour définir les grandes orientations à prendre concernant la publicité.
- LE MÉLANGEMENT ET LE DIALOGUE** (janvier 2019 - fin juin 2019) : Définition, secteur par secteur, d'une réglementation adaptée aux enjeux identifiés dans le diagnostic.
- ARRÊT DU PROJET** (novembre 2019) : C'est la promesse finalisation de la rédaction du document.
- ENQUÊTE PUBLIQUE** (janvier 2020) : Les habitants et acteurs du territoire peuvent donner leurs avis sur le document.
- APPROBATION** (juin 2020) : Suite à la prise en compte des avis exprimés pendant les consultations, le conseil métropolitain approuve le RLP.

Une page dédiée au RLPm sur le site internet de la Métropole



Registres de concertation

Questionnaire en ligne

Synthèse des résultats

- « Comment percevez-vous les affichages publicitaires sur le territoire de la Métropole ? »
81,8% les considèrent « **trop présents** »
- « Sur le territoire d'Orléans Métropole, vous trouvez les dimensions d'affichage ... »
 « **Trop grandes** » pour **83,3%** des répondants
- « Précisez le secteur concerné »
 - Grands axes routiers (RN notamment) (x14)
 - Partout (x10)
 - Entrées de ville / métropole (x8)
 - Orléans (Centre-ville, Quartier Saint-Marceau entrées de ville, grands axes) (x7)
 - Saran, dont rue nationale (x7)
 - Ingré (x6)
 - Zones commerciales et d'activités (x4)
 - La Chapelle Saint-Mesmin (x2)
 - Ormes (x2)
- « Pourquoi ? »
 - Nuit au paysage, notamment en centre-ville et dans les entrées de ville & d'agglomération (x20)
 - Encourage à la (sur)consommation (x12)

Actions menées

POLITIQUE ■ En débat, ce soir, au conseil métropolitain

Quelles règles pour la pub ?

La Métropole planche sur l'élaboration d'un document visant à réglementer l'installation des panneaux publicitaires sur le territoire.

Nicolas Da Cunha
nicolas.dacunha@centrefrance.com

Ils sont incontournables. Pas un carrefour sur un axe fréquenté de l'agglomération orléanaise sans le moindre panneau publicitaire. Les plus lumineux éclairent parfois jusqu'aux visages des conducteurs.

Aujourd'hui, treize communes sur vingt-deux dispose de leur propre règlement. Orléans Métropole travaille, désormais, sur un document unique : les mêmes contraintes pour l'ensemble du territoire.

L'intensité lumineuse dans le viseur

Il en sera question, ce soir, au conseil métropolitain. « Il faut que nous trouvions un équilibre entre les commerces et les artisans qui ont besoin de se signaler et le paysage urbain et naturel que nous ne voulons pas défigurer », synthétise Matthieu Schlesinger, vice-président en charge de la planification



VOIRIE. Les vingt-deux communes de la Métropole disposeront d'un règlement unique sur l'implantation des panneaux publicitaires. PHOTO ÉRIC MALOT

urbaine. « Nous voulons créer un règlement commun. »

Les élus ne le valideront pas ce soir. Ils échangeront, surtout, sur les grandes orientations établies au terme d'un premier diagnostic de six mois. Quelles sont-elles ? « Nous voulons renforcer l'identité paysagère de la Métropole, veiller au cadre de vie et aux entrées de ville,

participer au dynamisme du développement économique », détaille Matthieu Schlesinger.

Derrière les mots, des situations concrètes. L'idée est de réglementer les panneaux installés par les auto-entrepreneurs dans les zones pavillonnaires, d'évoquer l'intensité lumineuse de certains panneaux. « Cela peut être dangereux. On doit se

pencher sur la pollution lumineuse, sur les visuels installés sur les trottoirs qui peuvent gêner le déplacement des personnes handicapées... Notre règlement devra répondre à toutes les questions. »

À l'été 2020, il devrait être validé. ■

Pratique. Ce soir, à 18 heures, à la mairie d'Orléans.

Articles de presse

PUBLICITÉ DANS LA MÉTROPOLÉ ÉLABORATION DES RÈGLES

Lors de sa séance du 29 mars 2018, le Conseil métropolitain a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité à l'échelle de son territoire. Ce document, qui doit conjuguer le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées par le moyen de la publicité, d'enseignes, de pré-enseignes, et la protection du cadre de vie, est élaboré en concertation avec les communes, les professionnels et le public. Tous les habitants, associations et autres personnes intéressées sont donc invités à participer à son élaboration en laissant leurs suggestions et avis dans les dossiers de concertation disposés au siège et dans les 22 mairies de la Métropole, ainsi que les six mairies de proximité d'Orléans. Ils peuvent également répondre au questionnaire en ligne sur le site d'Orléans Métropole. Une réunion publique est également envisagée début juillet (précision sur orleans-metropole.fr).

1 JUIN 2019 | ORLEANS.MAG | n° 169

Actions menées

Règlement Local de Publicité métropolitain

JUIN 2019

La Lettre du RLPm

Le diagnostic et les orientations

Un document pour préserver l'environnement et les paysages tout en garantissant la visibilité des communications et l'attractivité de territoire

ORLÉANS MÉTROPOLÉ

Le Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm), qu'est-ce que c'est ?

Le RLPm est un document qui réglemente l'implantation des publicités, enseignes et présentoirs dans le territoire métropolitain. Il fixe, secteur par secteur, les règles en matière d'affichage (taille, densité, règles d'extension des dispositifs lumineux...)

LES REGLES MISES EN PLACE VARIENT SELON LES TYPES DE DISPOSITIFS

ENSEIGNE
LES enseignes se situent sur le bâtiment et sont destinées à attirer le regard. Leur taille et nombre dépendent de la taille de l'habitat et du caractère d'habitat de la commune.

PUBLICITÉ
Les publicités sont plus larges, destinées à informer le public et à attirer son attention.

Un agrandissement, les pré-enseignes sont soumises aux mêmes règles que la publicité d'implantation dépendant du secteur d'affichage et du type de commune. Une réglementation, seule les pré-enseignes dispensées sont autorisées.

LE PROCESSUS D'ELABORATION DU RLPm

ORLÉANS MÉTROPOLÉ

La Lettre du RLPm

Des Orientations au projet de Règlement

OCTOBRE 2019

Principales règles répondant aux orientations

ORIENTATION 1
Préserver les identités rurales et patrimoniales et favoriser le développement touristique du territoire

ORIENTATION 2
Privilégier le cadre de vie et les ambiances de villes

ORIENTATION 3
Participer au dynamisme économique et commercial du territoire

ORIENTATION 4
Dispositifs généraux à l'usage des zones

ORLÉANS MÉTROPOLÉ

Quelques règles en matière d'enseignes

ENSEIGNES DE CENTRE-VILLE ET DE ZONES RÉSIDUELLES : ZP1, ZP2, ZP3

ENSEIGNES SUR LES AXES ET ZONES D'ACTIVITÉS : ZP4, ZP5, ZP6 ET ZP7

DÉMARCHE ET CONCERTATION

QUELLES SONT LES PROCHAINES ÉTAPES ?

CONTACT
www.orleans-metropole.fr

Plusieurs secteurs, identifiés dans le diagnostic, présentent des enjeux en termes de publicité

1. Les centres de ville
2. Les abords des voies ferroviaires
3. Les secteurs à forte valeur paysagère
4. Les secteurs à vocation économique

ORLÉANS MÉTROPOLÉ

Le diagnostic a permis de définir 4 orientations

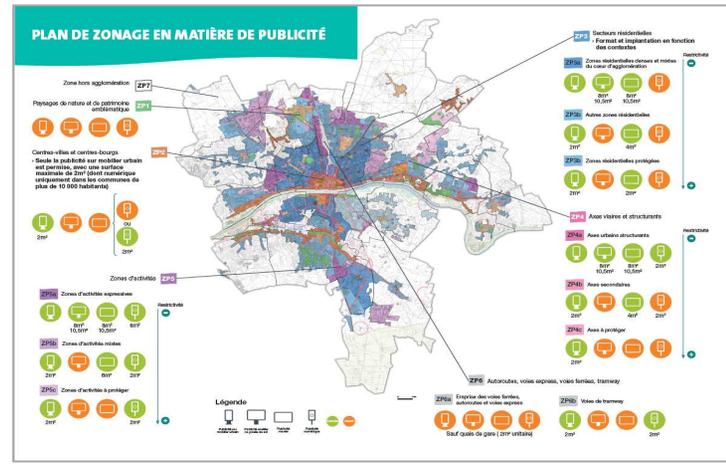
ORIENTATION 1
Préserver les identités rurales et patrimoniales et favoriser le développement touristique du territoire

ORIENTATION 2
Privilégier le cadre de vie et les ambiances de villes

ORIENTATION 3
Participer au dynamisme économique et commercial du territoire

ORIENTATION 4
Dispositifs généraux à l'usage des zones

CONTACT
www.orleans-metropole.fr



Lettres d'informations diffusées sur le site et dans les registres

Après l'arrêt

- ***Consultations des Communes membres: 7 janvier/7 avril 2020***
 - délais de 3 mois à compter de la réception du dossier d'arrêt pour délibérer et émettre un avis
 - Sans retours au bout des 3 mois; avis réputé favorable
- ***Consultation des Personnes Publiques Associées: 7 janvier/7 avril 2020***
 - délais de 3 mois à compter de la réception du dossier d'arrêt
- ***Enquête publique : mi-avril/mi-mai 2020***
 - Rapport du Commissaire enquêteur : mi-juin 2020
- ***Approbation du RLPm : Mi-juillet 2020***