

RLPi

RÈGLEMENT
LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL

AIX
MARSEILLE
PROVENCE

TERRITOIRES
MARSEILLE
PROVENCE

LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL, DÉMARCHE ET CONTEXTE



ATTRACTIVITÉ



CADRE DE VIE



PATRIMOINE



INNOVATION



ENVIRONNEMENT




RLPi
 RÉGLEMENT
 LOCAL DE PUBLICITÉ
 INTERCOMMUNAL

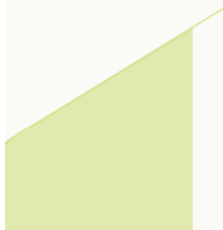
EDITOS



Monsieur Jean MONTAGNAC
(Maire de Carry-le-Rouet, Président du Conseil de Territoire Marseille Provence)

Alors que le Conseil de Territoire Marseille Provence progresse dans l'élaboration de son Plan Local d'Urbanisme intercommunal, un deuxième document de planification est en construction depuis 2017 : le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi). Document destiné à protéger notre cadre de vie en réglementant la publicité et à permettre aux commerçants du territoire de se signaler, son élaboration est un jeu d'équilibriste complexe et passionnant.

L'élaboration du RLPi nécessite du temps et de l'échange. C'est pourquoi une étape de concertation en direct avec la population aura lieu d'ici la fin de l'année 2018. Je vous donne donc rendez-vous au début du mois de décembre pour échanger sur ces questions.



Monsieur Christian AMIRATY
(Maire de Gignac-la-Nerthe, Conseiller Métropolitain, Président du Groupe de Travail RLPi)

Le Président MONTAGNAC m'a fait l'honneur de me nommer président du Groupe de Travail qui pilote l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi). C'est avec beaucoup de fierté que nous pouvons aujourd'hui présenter les premiers éléments de ce document. Ce chantier est mené en collaboration étroite avec les 18 communes du Conseil de Territoire et je veille à ce que la volonté de chaque maire soit prise en compte.

Afin de faciliter la compréhension de cette démarche, j'ai demandé la réalisation de ce cahier de la concertation.

Le diagnostic qui vient d'être réalisé fait état du cadre de vie des communes. De nouvelles problématiques sont apparues, de nouvelles volontés également, grâce à ce nouvel outil qui nous est proposé : intégration des enseignes commerciales dans les centres-villes, lisibilité des messages publicitaires... Nous les prenons en compte et il conviendra d'y apporter une réponse. Et ce, avec l'avis des communes et de leurs habitants.

MÉTHODOLOGIE RPLi

Un RLPi ? Qu'est-ce que c'est ?

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document destiné à adapter la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes à un contexte local afin de protéger le cadre de vie, le patrimoine et les paysages. Il est composé d'un rapport de présentation et d'une partie réglementaire, sous la forme de textes et de cartes.

Quel cadre réglementaire pour le RLPi ?

La loi du 12 juillet 2010 sur l'engagement national pour l'environnement, dite loi Grenelle II, a transféré à la Métropole Aix-Marseille Provence, en tant qu'autorité compétente en matière de plan local d'urbanisme, la compétence pour élaborer son RLPi et a modifié la réglementation nationale. Le Conseil de la Métropole a donc décidé d'engager l'élaboration d'un RLPi à l'échelle du Territoire Marseille Provence par délibération du 13 juillet 2017.

Quels dispositifs concernés par le RLPi ?

- ▶ l'enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
- ▶ la pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.

- ▶ la publicité : toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.

D'autres supports ne sont en revanche pas concernés par les dispositions du RLPi : la signalisation d'information locale (réglementée par le code de la route et le code de la voirie) ou les pré-enseignes dites « dérogatoires » (activités culturelles, les monuments historiques ouverts à la visite...).



Quelle gouvernance dans le cadre du RLPi ?

Jusqu'à approbation du RLP :

Pour les communes non couvertes par un RLP :

- ▶ Le Préfet détient le pouvoir de police administrative.
- ▶ L'ensemble des publicités et pré-enseignes apposées avant ou après 2012 doivent être conformes à la nouvelle réglementation nationale.

Pour les communes couvertes par un RLP :

- ▶ Le RLP s'applique jusqu'à l'adoption du RLPi, ou au plus tard le 12 juillet 2020.
- ▶ Le Maire détient le pouvoir de police administrative.

Une fois le RLPi approuvé :

- ▶ Chaque MAIRE détient le pouvoir de police administrative.
- ▶ Mise en conformité des publicités et pré-enseignes : 2 ans.
- ▶ Mise en conformité des enseignes : 6 ans.

Un RLPi ? Pourquoi ?

La Métropole Aix-Marseille Provence définira dans son RLPi les règles spécifiques les mieux adaptées aux 18 communes qui forment le Territoire Marseille Provence, en poursuivant les objectifs suivants :

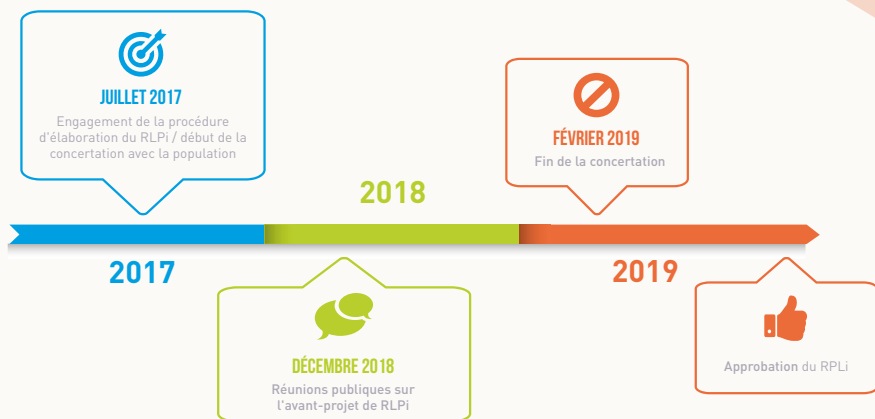
- ▶ Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle du Territoire Marseille Provence ;
- ▶ Identifier les espaces à protéger pour des raisons paysagères et patrimoniales, et les protéger ;
- ▶ Revoir le contenu des zones réglementées en fonction de la réglementation nationale à la suite de la réforme introduite par la loi Grenelle II et ses évolutions ultérieures ;
- ▶ Réinterroger les zones de publicité autorisée instituées par certains RLP communaux au regard de l'évolution des communes concernées et des nouvelles orientations.

Comment ont été recensés les dispositifs concernés par le RLPi ?

Dans le cadre de l'élaboration de l'état des lieux pour le RLPi du territoire Marseille Provence, un inventaire publicitaire a été réalisé sur plus de 400 kilomètres de voies primaires et secondaires (routes départementales, avenues, boulevards). 2 500 supports de publicités et pré-enseignes y ont été comptabilisés, représentant une surface totale de 30 000 m². Près de 85% correspondent à des dispositifs scellés au sol.

Ce relevé a permis de mettre en évidence les secteurs à enjeux du territoire, sur lesquels une attention particulière doit être portée en matière de préservation des paysages, de lisibilité des messages publicitaires, d'attractivité touristique, résidentielle et économique, ...

Quelles échéances pour le RLPi ?*



* il s'agit de dates prévisionnelles pouvant être modifiées en fonction de l'avancement du projet.

DIAGNOSTIC

Un RLPi ? Qu'est-ce que c'est ?

La phase « diagnostic » du RLPi a débuté par un inventaire des dispositifs concernés, sur plus de 400 km :

- ▶ Traitement, collationnement des levés par vidéo embarquée,
- ▶ Production de la base de données géographiques par saisie de points sur les images acquises et prise de mesure des dispositifs

L'état des lieux des publicités et pré-enseignes a révélé de fortes disparités selon les secteurs :

- ▶ Des secteurs à forte densité publicitaire. Ces secteurs sont marqués par une importante emprise visuelle sur l'espace urbain, des entrées de ville parfois peu qualitatives et une perte de lisibilité de l'information publicitaire due à la multiplicité des supports.



- ▶ Des secteurs présentant ponctuellement de l'affichage, en densité modérée. Il a été noté que les emprises étaient parfois non adaptées au contexte urbain dans des villes telles Marseille ou Toulon.
- ▶ Des secteurs encore globalement préservés de l'affichage publicitaire. Sont essentiellement concernés les communes littorales et touristiques, les secteurs à forte valeur paysagère ou encore les sites remarquables du territoire.



L'état des lieux des enseignes démontre également quelques faiblesses dans leur déploiement sur l'ensemble du territoire :

- ▶ Les enseignes, notamment en vitrine de magasins sur les secteurs à forte valeur paysagère ou patrimoniale : les dispositifs sont parfois peu valorisants et peuvent impacter la qualité architecturale du site.
- ▶ Les enseignes sur les autres façades commerciales : leur nombre et leurs formes irrégulières peuvent impacter leur lisibilité et la qualité environnementale.



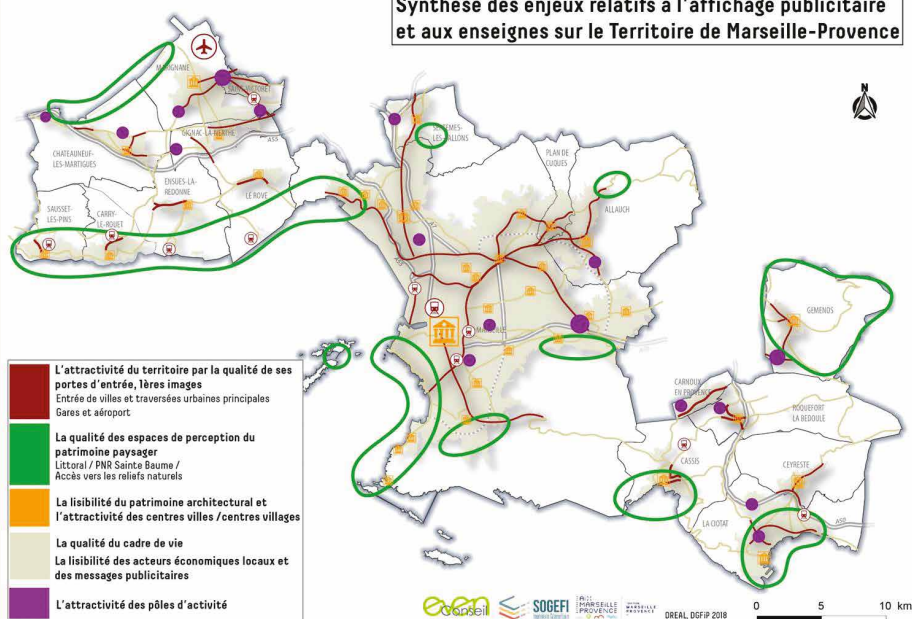
ENJEUX

Suite à ce diagnostic, de grands enjeux se sont dégagés, dont :

- ▶ Améliorer l'attractivité du territoire par la qualité de ses portes d'entrée, premières images.
- ▶ Protéger la qualité du patrimoine paysager.
- ▶ Préserver la lisibilité du patrimoine architectural et l'attractivité des centres historiques.
- ▶ Maintenir la qualité du cadre de vie.
- ▶ Améliorer la lisibilité des acteurs économiques locaux et des messages publicitaires.
- ▶ Améliorer l'attractivité des pôles d'activité.



Synthèse des enjeux relatifs à l'affichage publicitaire et aux enseignes sur le Territoire de Marseille-Provence





RLPi **RÈGLEMENT
LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL**

Métropole Aix-Marseille-Provence
Territoire Marseille Provence
Le Pharo, 58 boulevard Charles Livon
13007 Marseille,
Tél. 0495095900
Fax. 0495095928

www.marseille-provence

rlpi-concertation.marseilleprovence@ampmetropole.fr