

**MÉTROPOLE
AIX-MARSEILLE-PROVENCE**

**RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL**

**PROCÈS-VERBAL DE LA SÉANCE DU 12 DECEMBRE
2018**

La séance est ouverte à 18 H 37
sous la présidence de Monsieur Alain CHOPIN

Monsieur GUEREL.- Bonsoir à tous. Merci beaucoup d'être venus pour cette nouvelle réunion publique dans le cadre du règlement local de publicité intercommunal Marseille-Provence. Sans tarder, pour commencer cette réunion publique, je passe la parole à Mme Salvo, adjointe au maire. Je vous remercie de votre hébergement de ce soir et de cet accueil.

Mme SALVO.- Messieurs, Mesdames, bonsoir. Je vous demande de bien vouloir excuser notre maire, qui est retenu sur un autre chantier. Vous avez des spécialistes à cette table qui vont vous développer le règlement local de publicité intercommunal. Qu'est-ce qui s'est fait à La Ciotat ? C'est important, puisque nous sommes ici à La Ciotat. Vous avez pu remarquer que la publicité occupe de plus en plus le paysage, que ce soit sur des supports, au sol ou sur les murs. Dans notre ville, il a été décidé de respecter la loi sur la publicité au niveau national. La loi a d'ailleurs été revue en 2010 et elle a été mise en application par un décret de 2012. L'objectif de cette loi est de respecter un peu plus les paysages pour que nous ayons moins de pollution visuelle.

Qu'avons-nous fait concrètement à La Ciotat ? Depuis 2017, notre maire a délégué 2 agents municipaux, je dirais même presque 2,5 agents municipaux, pour vérifier toute cette publicité parce qu'elle doit respecter des normes et faire l'objet d'un avis au départ. Nous avons 137 panneaux publicitaires qui ont été vérifiés. Certains ne respectaient pas les normes et 114 panneaux ont été retirés. Maintenant, je vais laisser les spécialistes nous présenter le règlement local de publicité intercommunal décidé par Marseille au niveau du territoire.

Monsieur GUEREL.- Je vous remercie à nouveau de votre accueil. Je vais tout de suite passer la parole à M. le Président pour introduire cette soirée. Il va vous présenter les grands éléments de cadrage de ce document. Je vais juste dire quelques mots en préambule. On est en présence d'Alain Chopin, président du groupe de travail RLPI à la Métropole, de Sabrina Bernard, qui est chef de projet du règlement local de publicité, et d'Elodie Sauzède, du bureau d'études Even Conseil. On va présenter le document en plusieurs temps. On va commencer par un premier temps principalement pédagogique, qui va se concentrer sur la méthode. On va ensuite vous demander si vous avez des questions. Si tout est bien compris, on mettra notre ceinture pour un décollage et on entrera dans le document. On vous déroulera alors les principes généraux du document en cours d'élaboration.

Monsieur CHOPIN.- Bonjour à tous et merci infiniment de votre présence. Avec mes collègues élus du bassin Est du territoire de Marseille-Provence et les intervenants techniciens de la Métropole qui m'entourent, nous sommes heureux de vous retrouver dans cette très belle salle Paul Eluard de La Ciotat. Je remercie Mme Arlette Salvo, adjointe au maire, de nous y avoir accueillis aussi sympathiquement et d'avoir tenu quelques propos. J'ai noté qu'il vous restait 114 panneaux publicitaires. Il y en aura peut-être un peu moins dans quelque temps. Nous sommes très bien installés dans cette salle pour tenir, dans le cadre de nos travaux métropolitains, notre première réunion de concertation sur le RLPI, le règlement local de publicité intercommunal, ciblée sur votre bassin de communes d'appartenance.

Avec le concours de différents intervenants, nous allons vous faire en toute transparence un point d'étape sur la démarche engagée depuis 2017 sur un document d'urbanisme en cours d'élaboration et en co-construction intercommunale avec les élus et les techniciens des 18 communes du territoire de Marseille-Provence. Je le rappelle pour

tous : c'est l'ex-MPM. Notre réunion publique de ce soir est donc ciblée sur 6 communes qui composent le bassin Est de notre territoire, à savoir Carnoux-en-Provence, Gémenos, Cassis, Roquefort-la-Bédoule, Ceyreste et La Ciotat.

Pour celles et ceux qui se sont déjà rendus aux réunions publiques lors de l'élaboration du PLUI (plan local d'urbanisme intercommunal), nous sommes ici dans la même configuration. Une concertation par bassin de communes, comme nous l'avons fait pour le PADD (plan d'aménagement et de développement durable). Le *process* légal et réglementaire que nous suivons pour le RLPI est donc identique à celui du PLUI. À ce sujet, les plus informés d'entre vous ont peut-être eu connaissance des décisions du Conseil Constitutionnel ne validant pas un certain nombre d'articles du projet de loi Elan (évolution du logement, de l'aménagement et du numérique) qui a été voté par le Parlement en octobre dernier. Parmi ces articles, il y avait celui précisant le périmètre géographique du RLPI circonscrit au territoire de Marseille-Provence, calqué ainsi sur celui du PLUI. Cet article, qui était le fruit d'un amendement porté par nos parlementaires, n'a pas été jugé constitutionnel pour le même motif appliqué d'ailleurs à d'autres articles qui ne sont vraiment pas en rapport avec notre sujet, à savoir que cet amendement n'avait pas été déposé à l'Assemblée Nationale en première lecture. De fait, il ne s'agit pas d'une décision sur un problème de fond mais d'un vice de forme. La loi Elan a été promulguée le 25 novembre dernier mais sans cet article spécifique à notre RLPI, dont le périmètre est à nouveau recalqué sur celui de la Métropole.

Compte tenu de l'avancée de notre document et des travaux réalisés depuis plus d'un an, notre président de territoire, Jean Montagnac, a décidé de les poursuivre, de maintenir les réunions publiques annoncées et d'entamer les démarches auprès de nos parlementaires et des services de l'Etat pour inscrire dès que possible dans un projet de loi le périmètre géographique du RLPI calqué sur celui légal du PLUI, à savoir le territoire de Marseille-Provence. Nous considérons, et vous devez considérer, que notre réunion publique d'aujourd'hui est par conséquent une concertation supplémentaire fort opportune dans le contexte actuel.

La publicité et les enseignes sont des sujets assez peu connus du grand public. La rencontre d'aujourd'hui a donc pour objectif de vous présenter dans une démarche pédagogique, qui j'espère vous conviendra, la première ébauche du RLPI telle que nous l'avons élaborée, élus et techniciens des 18 communes du territoire, après plus de 9 réunions de notre groupe de travail, que j'ai l'honneur de présider. Nous aborderons notamment les questions des zonages et de règlement concernant votre bassin de communes.

Je rappelle que, depuis la fin de l'été 2017, un dossier de concertation complété au fur et à mesure de l'avancée du projet est à la disposition du public dans les 19 lieux de concertation et sur le site Internet de la Métropole. Nous y reviendrons lors du déroulement de cette soirée. Des réunions entre la Métropole, les associations et les partenaires sont également organisées. Toutes les demandes relatives au RLPI sont enregistrées et analysées avec soin. La présentation qui vous est faite ce soir reprend d'ailleurs certains questionnements soulevés par des observations qui nous sont déjà parvenues. Enfin, une sténotypiste est présente aujourd'hui. Toutes les remarques formulées aujourd'hui seront donc consignées. Si vous souhaitez intervenir, je vous demanderai donc de vous présenter. Si vous avez une question très précise à nous

soumettre, qui vous concerne directement, elle sera prise en compte et traitée aussitôt. Merci de votre attention.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup, Monsieur Chopin, pour ces quelques éléments de cadrage. Comme vous l'avez compris, le document du règlement local de publicité intercommunal va réguler l'affichage sur les territoires. Avant la présentation de Sabrina Bernard, je voulais vous dire quelques mots. Ce soir, vous allez être témoin d'éléments de synthèse. Il est difficile de synthétiser en moins d'une heure, questions comprises, plus de 300 ou 400 pages d'un document assez technique et de balayer l'ensemble des règles et des exceptions qui peuvent avoir été travaillées et évoquées dans les nombreux groupes de travail qui ont pu être organisés avec les différents acteurs, avec les différents élus. Sabrina, je te laisse la lourde charge de nous présenter ce soir la méthode, la manière dont ce document a été réalisé.

Madame BERNARD.- Bonsoir. Je vais vous présenter d'abord le déroulé de la séance. Dans un premier temps, je vous exposerai ce qu'est un règlement local de publicité intercommunal. Ensuite, je vous présenterai la démarche, la manière d'élaborer un règlement local de publicité et la manière d'échanger avec la population. Ensuite, Mme Elodie Sauzède, du bureau d'études Even Conseil, qui nous accompagne dans la démarche, vous présentera les 4 orientations du RLPI, qui ont été validées par tous les élus des 18 communes du territoire Marseille-Provence. Nous vous proposerons ensuite les dispositions réglementaires.

Qu'est-ce qu'un RLPI (règlement local de publicité intercommunal) ? C'est un document qui encadre 3 dispositifs et pas des moindres. Ce sont des dispositifs qui partagent notre quotidien : la publicité, les pré-enseignes et les enseignes. Il faut savoir que ce règlement local de publicité relève du Code de l'Environnement et non du Code de l'Urbanisme seulement pour ce qui est de la procédure de son élaboration.

Qu'est-ce que la publicité et les pré-enseignes ? Ce sont tous les panneaux publicitaires installés à distance d'une activité. Plus précisément, pour la publicité, ce sont les panneaux qui vont promouvoir une activité ou un produit. En ce qui concerne les pré-enseignes, ce sont les panneaux qui vont signaler une activité. Par exemple, un panneau qui indique une activité à 50 mètres au rond-point à droite correspond à une pré-enseigne. Vous avez différents supports. Les supports classiques sont les panneaux scellés au sol. Ceux que l'on voit le plus généralement sont les 4x3. Vous avez aussi les publicités murales. Il existe aussi du mobilier urbain qui supporte à titre accessoire cette publicité. Il s'agit des abribus, des arrêts de Tram ou de ce que l'on appelle familièrement les « petites sucettes », que l'on peut trouver dans les grands axes en ville.

Ce document va aussi réguler un autre dispositif : les enseignes. On va les retrouver partout. Il s'agit de toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Vous avez différents supports, tels que les enseignes scellées au sol, les enseignes sur toiture ou sur store. N'importe quel dispositif qui se trouve sur l'unité foncière sera considéré comme une enseigne. C'est important. Je vous donne un exemple : pour un concessionnaire de voitures, on voit souvent des grands panneaux faisant la promotion d'un véhicule. On pourrait croire que c'est une affiche publicitaire. En soi, oui, c'est la promotion d'un produit. Cependant, le dispositif se trouve sur l'unité foncière de son activité, donc les dispositions réglementaires qui s'appliqueront à ce dispositif seront celles relatives aux enseignes. J'apporte une petite précision. On a l'habitude de voir ce que l'on appelle de la signalétique d'information locale. Ce sont les

petites barrettes blanches que l'on peut voir au niveau des ronds-points. Ces dispositifs signalisent certaines activités mais ils n'entrent pas dans le règlement local de publicité. Ils relèvent du Code de la Route.

Il faut savoir qu'au minimum tout le territoire est encadré par la réglementation nationale, qui prévoit des secteurs d'interdiction (hors agglomération, sur les monuments historiques, sur les arbres) et des règles de surface, de hauteur et de densité. Comme toute réglementation nationale, elle est très générale. Elle ne va donc peut-être pas permettre de préserver au mieux le cadre de vie. C'est pourquoi les collectivités ont la possibilité d'élaborer un règlement local de publicité. Ce dernier va permettre d'adapter la réglementation aux spécificités de chaque territoire en fixant secteur par secteur des obligations en matière d'affichage publicitaire. Ce règlement va définir des zones de publicité où l'on va pouvoir avoir des règles spécifiques en fonction des enjeux de chaque secteur. Cela se traduira par des dispositions réglementaires, avec des règlements différents pour la publicité et les pré-enseignes ou pour les enseignes. Dans notre territoire, on a la chance inouïe d'avoir une grande diversité de paysages (les massifs, le littoral) et des centres-villes à valeur patrimoniale, comme Cassis ou La Ciotat. Il faut protéger tous ces secteurs. On les protège donc aussi en harmonisant tous ces dispositifs. La réglementation nationale comme le règlement local de publicité respectent 2 principes généraux. Le premier est la liberté d'expression. On ne peut pas supprimer totalement l'affichage publicitaire au titre du principe de la liberté d'expression. L'équilibre que l'on va trouver, c'est la protection du cadre de vie et l'intérêt général.

Aujourd'hui, nous sommes réunis pour élaborer un règlement local de publicité intercommunal. Il faut savoir que, sur tout le territoire de Marseille-Provence, 7 communes se sont dotées d'un règlement local de publicité. Sur ce bassin, une seule commune en a un : Gémenos. Les 11 autres communes sont soumises à la réglementation nationale. Ce règlement local de publicité intercommunal devra harmoniser et simplifier toutes les règles (celles des 7 règlements locaux de publicité) et respecter la réglementation nationale, puisque le RLP ne peut être que plus restrictif que la réglementation nationale. Demain, on aura un règlement commun pour les 18 communes, une harmonisation des dispositifs sur le territoire et une meilleure adaptation du règlement aux réalités locales.

Je vais vous parler de la démarche, de la manière d'élaborer ce type de document. Il existe 4 étapes incontournables. La première est le diagnostic. On fait un état des lieux du territoire. On a fait un diagnostic sur tout le territoire Marseille-Provence. On n'a pas pu balayer toutes les rues. Notre bureau d'études a parcouru 400 kilomètres de voirie où on avait repéré un certain nombre de dispositifs ou au niveau de secteurs ayant des enjeux particuliers. Plus de 2 500 supports ont été référencés. C'est sur cette base que les élus et les techniciens des 18 communes ont pu définir des enjeux puis des objectifs. Nous avons 2 objectifs principaux : préserver le patrimoine et le cadre de vie, mais aussi, puisqu'on n'est pas que dans la limitation, maintenir et valoriser notre activité économique. Sur le territoire, il existe tout de même des pôles commerciaux. Il faut les valoriser et leur permettre de se signaler. Une fois que ces objectifs sont définis, on a la phase réglementaire. Il faut que ces objectifs puissent trouver leur traduction à travers des dispositions qui vont s'appliquer. C'est à ce stade que nous en sommes. Aujourd'hui, on vous propose une première version du chantier réglementaire pour que l'on puisse échanger, pour que l'on soit vraiment dans la co-construction, et pour que l'on puisse recueillir vos observations pour faire avancer ce document. Ce dernier touche tous les habitants donc il est normal que l'on échange avec vous sur les dispositions qui

s'appliqueront. On va mettre du temps à terminer ce chantier réglementaire. Une fois qu'il sera fini, on vous présentera le projet global qui sera rédigé. Ce projet comportera environ 400 pages, donc ce n'est pas un petit document. Vous aurez un deuxième temps d'échange qui sera l'enquête publique, suivie de l'approbation.

Ce document est composé de 3 éléments. Vous avez d'abord le rapport de présentation, dans lequel on retrouve le diagnostic, les orientations générales et la justification des choix. Il existe une petite spécificité dans le règlement local de publicité, puisqu'on ne parlera pas d'un mais de deux règlements écrits. On a des dispositions réglementaires relatives à la publicité et aux pré-enseignes et un deuxième règlement est relatif aux enseignes. Ensuite, vous retrouvez la traduction de ces dispositions dans le cadre d'un règlement graphique, à travers le zonage qui sera déterminé. Pour les dispositions réglementaires pour la publicité et les pré-enseignes, on a aujourd'hui 7 zones de publicité. En ce qui concerne les enseignes, on a regroupé ces 7 zones de publicité pour toujours simplifier le document. Ce dernier sera utilisé par le grand public donc on a regroupé en 3 zones ces 7 zones de publicité pour les enseignes.

On en est à la phase de concertation. Le temps fort de la concertation correspond bien sûr aux sessions de réunions publiques organisées. On a un échange direct entre élus et techniciens et la population. Le deuxième temps sera l'enquête publique. On a organisé 7 réunions publiques, entre le 29 novembre et le 17 décembre. Comme je vous l'ai expliqué, ces réunions publiques correspondent à un temps fort. En effet, elles servent à vous informer sur le calendrier et le contexte de ce règlement, à vous rappeler l'ambition souhaitée par le territoire, à échanger sur le projet en cours d'élaboration et à recueillir vos observations. Aujourd'hui, on en est à la quatrième réunion publique. Elles ont été organisées par bassin. L'une d'elles concernait tout le territoire Marseille-Provence et s'est déroulée le 29 novembre dernier. Une autre était spécifique à la ville de Marseille. Comme vous vous en doutez, vu le périmètre du territoire, il fallait en faire une spécifique à la ville de Marseille. Elle s'est déroulée le 7 décembre. Une autre sur le bassin Ouest s'est déroulée lundi dernier. Celle sur le bassin Est se tient aujourd'hui. La prochaine et dernière aura lieu lundi prochain sur le bassin Centre, hors Marseille, c'est-à-dire Septèmes-les-Vallons, Plan-de-Cuques et Allauch.

Avant de pouvoir recueillir vos observations, il faut que vous puissiez vous informer des dispositions de ce document. On a plusieurs façons de s'informer. Au niveau des 18 communes du territoire et au siège social du Pharo, vous trouverez des boîtes de concertation qui contiennent des lettres d'information. Aujourd'hui, il en existe 3. Une première a été faite au moment du lancement, une deuxième pour le diagnostic et la troisième pour les orientations. Après la session de réunions publiques, vous aurez celle relative au règlement. Vous avez aussi des panneaux de concertation qui relatent de manière beaucoup plus condensée le contenu des lettres d'information. Ils sont exposés dans les 19 lieux de concertation. Vous avez aussi le site Internet de Marseille-Provence, où vous retrouverez tous les dispositifs exposés en communes. Comment exprimer votre avis ? Vous pouvez le faire lors des réunions publiques. Comme l'a dit M. Chopin, une sténotypiste recueille toutes les observations. Elles seront analysées et traitées à la suite de ces réunions publiques. Ensuite, vous avez le registre additionnel qui se trouve aussi dans la boîte de concertation. Vous pouvez aussi envoyer un courrier à Mme la Présidente de la Métropole ou par e-mail à l'adresse qui est affichée à l'écran : rpi-concertation.marseilleprovence@ampmetropole.fr.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup. Avez-vous des questions sur ce premier temps axé sur la méthode ? Comme la plupart des documents d'urbanisme, on est sur une méthode en 3 temps assez classique, avec diagnostic et photographie du territoire, élaboration des ambitions et élaboration de la règle. S'il n'y a pas de question, on peut directement passer aux grandes orientations de ce document.

Madame SAUZEDE.- Bonsoir à tous. L'idée est de vous présenter les 4 grandes orientations envisagées par les élus. Sachez qu'elles résultent d'un travail étroit réalisé entre les 18 communes du territoire dans un objectif de cohérence d'ensemble, tout en prenant en compte les spécificités du territoire. Voyons les 4 grandes orientations.

La première est de conforter l'attractivité du territoire. Il s'agit ici de préserver notamment les richesses touristiques du territoire, avec une attention particulière qui doit être portée sur les paysages de bord de mer, les portes d'entrée des différents massifs naturels présents sur le territoire et les centres historiques.

La deuxième orientation concerne la valorisation des paysages porteurs des identités locales. Il s'agit d'améliorer la qualité des entrées de ville et des grandes pénétrantes urbaines du territoire en limitant l'emprise visuelle des grands panneaux publicitaires présents aujourd'hui. L'idée aussi est de mettre en valeur les éléments remarquables du territoire, donc les centres historiques et les cônes de vue que l'on a au sein des agglomérations sur le grand paysage ou un élément bâti.

La troisième orientation est d'améliorer le cadre de vie sur l'ensemble du territoire. L'idée est d'améliorer la qualité des paysages du quotidien, c'est-à-dire de ne pas préserver uniquement les secteurs à forte valeur touristique et patrimoniale. Il s'agit aussi, au sein de nos quartiers, dans les zones résidentielles et pôles de proximité, de veiller à ce qu'il y ait une réduction de l'affichage publicitaire et une qualité paysagère. Il s'agit aussi de préserver les espaces de nature en ville et de limiter la pollution lumineuse, avec des règles d'extinction nocturne qui seront définies.

La quatrième orientation est d'assurer la lisibilité des activités économiques et culturelles. Il y avait un compromis à trouver entre protection des paysages et visibilité des entreprises. Il a été mis en évidence que la surabondance d'informations engendrait parfois une perte de visibilité des messages publicitaires et des activités qui pouvaient être implantées sur une zone commerciale par exemple. La réduction de la densité publicitaire et des formats peut aussi permettre d'améliorer la lisibilité des activités.

Monsieur GUEREL.- Je te remercie, Elodie. Avant d'aller plus loin que ces 4 orientations, qui sont le fil rouge du document et des différentes règles que tu vas nous présenter après, je voudrais que l'on donne la parole à certaines des communes qui font partie de ce bassin. Je donne la parole à Mme Santarelli, qui est directrice de l'aménagement et des grands projets à la mairie de La Ciotat. Pouvez-vous nous parler un peu plus de l'application de ce document sur le territoire ?

Mme SANTARELLI.- Bonsoir à tous. Comme le disait Mme Salvo, la commune de La Ciotat ne dispose pas d'un règlement local de publicité. Depuis plusieurs années, on a vu fleurir des dispositifs publicitaires de manière un peu anarchique sur tout le territoire. Comme on le disait très justement tout à l'heure, depuis 2017, nous nous sommes engagés dans une démarche de qualité sur l'aspect visuel de nos grands axes routiers, des entrées de ville, etc. Nous sommes plutôt satisfaits des résultats obtenus. Comme on le disait tout à l'heure, il s'agit de 76 dispositifs muraux et 27 scellés au sol. Le règlement

local de publicité entre dans cette démarche, puisqu'on travaille avec les équipes de la Métropole sur ces 4 orientations. Cela nous a permis de réfléchir à tout le dispositif publicitaire au niveau du territoire, en prenant en considération les espaces à protéger mais aussi les espaces à mettre en relief, comme les zones économiques, qui nécessitent l'installation d'enseignes et de panneaux publicitaires. Nous travaillons en harmonie et en bonne intelligence avec les habitants mais aussi avec les afficheurs.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup. Monsieur SERIEYS, vous allez nous dire quelques mots. Vous êtes adjoint au maire de Gémenos. Si j'ai bien compris, vous êtes le bon élève de la soirée, puisque vous avez déjà un règlement local de publicité.

Monsieur SERIEYS.- Cela me va bien d'être exemplaire. Ce n'est pas ce que je voulais dire. À la fin des années 1980, le petit village de Gémenos, que vous connaissez, qui est un charmant petit village provençal tanqué au piedmont de la Sainte-Baume, bien dans son territoire, déperissait du point de vue économique. L'agriculture était en déshérence et aucune entreprise n'avait osé quitter les zones d'entreprises de Marseille.

Un événement important et même fondamental pour nous s'est produit à la fin des années 1980, en 1989. Parfois, à quelque chose malheur est bon. Les chantiers navals de La Ciotat ont été fermés et, en contrepartie, 2 zones d'entreprises ont été autorisées. Elles sont d'ailleurs mitoyennes : l'une à Aubagne et l'autre à Gémenos, dans des zones agricoles en déshérence, des Paluds. Nous les avons accueillies.

Cependant, un problème s'est posé immédiatement à nous : il fallait certes accueillir la manne industrielle qui venait s'installer mais également ne pas perdre la qualité de notre territoire. C'est pourquoi l'équipe municipale du moment, le docteur Albert Giraldi en premier, a réfléchi à la protection que l'on pouvait donner à notre commune. Il s'agissait de réfléchir d'une part à la mise en place d'un plan local d'urbanisme qui respecte les zones agricoles et les zones de nature, mais aussi de réfléchir à la mise en place d'un règlement local de publicité. Ce dernier a vu le jour en 1992, c'est-à-dire il y a 24 ans. Je peux vous faire part de notre retour d'expérience d'avoir osé mettre en place un règlement local de publicité il y a 24 ans. Les résultats sont visibles. Si vous vous rendez au village de Gémenos, en passant par exemple par la zone d'entreprises d'Aubagne, vous verrez immédiatement la limite du territoire de Gémenos car la publicité y est installée de façon rationnelle, elle n'écrase pas le paysage et elle protège même les cônes de vision, etc. Ce RLP nous a protégés.

En conclusion, je peux dire que c'est un pari très positif. Un RLP, lorsqu'il est bien fait, ne coûte pas cher, contrairement à ce que l'on peut croire. Le RLP sert, comme vous le savez, à calculer la taxe locale, la TLPE. On a calculé la TLPE de façon minimale. Le but était simplement de payer un consultant ayant pour mission de faire respecter ce règlement. Cela représente entre 50 000 et 60 000 euros par an. Pour ce prix, on a eu l'habilitation d'une TLPE exemplaire je crois. Si cela ne coûte pas cher, cela peut rapporter gros. Tout le monde connaît l'aisance économique actuelle et passée de notre village.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup, Monsieur SERIEYS, de ce retour d'expérience. Merci beaucoup, Madame Santarelli, de cet engagement sur ces orientations que vous portez sur la co-construction de ce document. Monsieur Chopin, je crois que vous souhaitez apporter un complément.

Monsieur CHOPIN.- Je vous remercie beaucoup de cette intervention qui montre aux autres communes que, lorsque l'on passe d'un règlement national à un règlement

local adapté à la commune ou à la collectivité, on améliore l'environnement d'une certaine manière et la pollution. Merci beaucoup de cette intervention.

Monsieur SERIEYS.- Je reviens sur ce que vous faisiez remarquer sur la loi Elan. Nous sommes directement menacés par la caducité de ce RLP, prévue le 12 juillet 2020. Dès le lendemain, notre RLP n'étant plus actif, on retournera au règlement national. Or, on craint grandement que certains en profitent pour mettre en place ce qu'ils n'ont pas pu faire ou ce qu'ils n'ont pas osé faire depuis 24 ans.

Monsieur CHOPIN.- Sauf si nous arrivons à trouver la manière de poser un cavalier sur une loi nous permettant d'avoir ces dispositions légales. On va vous solliciter. Vous allez avoir, en tant que communes, la possibilité de saisir les parlementaires ou les services de l'Etat par des courriers très incisifs pour accélérer le processus, si possible. L'intérêt pour nous est bien évidemment de ne pas passer au Règlement national.

Ces 4 orientations ont été débattues en groupes de travail. Elles sont détaillées dans un opuscule qui est sur le présentoir. Vous avez peut-être pu le prendre en arrivant. Le travail en co-construction n'a pas été difficile, même si vous pouvez imaginer le poids de la ville de Marseille d'un point de vue géographique et d'un point de vue démographique sur les 17 autres communes. Je peux témoigner que cela s'est passé de manière très harmonieuse et constructive. Nous avons fait des concessions pour Marseille et Marseille a aussi fait des concessions pour nous, parce que nous travaillons déjà depuis plus d'une dizaine d'années ensemble, notamment sur le PLUI ou d'autres projets. Nos équipes et nos techniciens de la Métropole, que je remercie encore d'être si efficaces, ont permis cette co-construction en toute harmonie.

Maintenant, on ne revient plus sur ces 4 orientations. Elles ont été validées par chaque conseil municipal. Dans les 18 communes, vous avez passé en conseil municipal une délibération sur les orientations du RLPI. Elles sont donc marquées dans le marbre au moins pour un certain temps. Nous n'y reviendrons plus. Tout ce qui va vous être dit maintenant est ce qui va être sujet à des apports supplémentaires, à des discussions et à la co-construction.

Monsieur GUEREL.- Avant de passer la parole à Elodie, je crois que Sabrina a un focus juridique ou technique à nous apporter.

Madame BERNARD.- Je vais apporter un petit complément juridique. Avec ce rejet des amendements par le Conseil Constitutionnel, la Métropole s'efforce d'élaborer un plan d'action pour faire remonter les 2 dispositions qui nous sont précieuses, pour éviter la caducité des RLP en vigueur. Je suis désolée, Monsieur le Président, mais je vais être moins optimiste pour le moment. On a eu récemment des discussions avec les services de l'Etat. Pour être très transparente, nous les voyons le 20 décembre prochain. L'actualité ne nous est pas favorable. D'autres préoccupations sont aujourd'hui prioritaires, ce qui peut se comprendre. Cela n'ira donc peut-être pas aussi vite que nous l'espérons. Cependant, nous nous efforcerons, élus de la Métropole et techniciens, d'alerter les personnes concernées sur les problèmes de caducité, qui peuvent avoir des conséquences financières. On parle du cadre de vie mais aussi des finances, notamment en ce qui concerne le mobilier urbain. Nous nous efforçons de faire remonter ce point au plus vite. Je ne peux pas vous promettre l'absence de caducité. En tout cas, tous les techniciens de la Métropole font en sorte de faire remonter ces 2 dispositions.

Monsieur CHOPIN.- Toutes les communes vont apporter leur contribution à cette démarche de façon à montrer que nous sommes un bloc et que nous souhaitons la modification de la loi pour le bien de tous.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup. Je crois que tout le monde trépigne d'impatience de connaître les règles de ce RLPI. Elodie, je te donne la lourde tâche de nous expliciter le principal de ce document en quelques dizaines de minutes.

Madame SAUZEDE.- Abordons le volet réglementaire et tout d'abord la publicité et les pré-enseignes. Je rappelle les définitions. On est sur tous les panneaux publicitaires installés à distance du lieu d'activité. On va parler aujourd'hui des principaux dispositifs rencontrés sur le territoire, donc les dispositifs scellés au sol, les dispositifs muraux et l'affichage sur du mobilier urbain. 7 zones de publicité sont proposées. La première zone concerne les centres-villes et les noyaux villageois du territoire. Il s'agit de préserver et d'améliorer la lisibilité du patrimoine. On sait que l'affichage publicitaire peut impacter la qualité de ces centres. Il s'agit de préserver l'identité de ces espaces. Il est proposé d'autoriser uniquement l'affichage sur mobilier urbain jusqu'à 2 m² au maximum. Tous les affichages muraux et scellés au sol seraient interdits dans ces zones. Cela concerne l'ensemble des cœurs de ville des différentes communes du territoire. Ce sont les tâches en orange sur les cartes.

Une deuxième zone de publicité est proposée. Elle concerne les paysages emblématiques et les villages caractéristiques du littoral. Votre bassin est fortement concerné par cette zone. Plusieurs objectifs ont été définis parmi les 4 orientations que nous avons détaillées tout à l'heure. Il s'agit de préserver de l'affichage les agglomérations littorales, de valoriser les portes d'entrée des grands massifs naturels du territoire, de maintenir l'interdiction de certaines publicités dans l'emprise du parc naturel régional de la Sainte-Baume, donc sur une grande partie de l'agglomération de Gémenos, et de maintenir les usages existants aux abords du noyau villageois de Ceyreste. Aujourd'hui, on a très peu d'affichages au niveau de cette commune. L'idée était de préserver l'existant et d'éviter d'avoir un développement d'affichages supplémentaires. Vous pouvez voir les secteurs concernés. Si je zoome, quasiment l'ensemble de l'agglomération de Cassis, en dehors du centre historique que j'évoquais tout à l'heure, et Ceyreste sont concernées par ces zones. À Gémenos, toute la partie résidentielle est concernée. Les dispositifs autorisés sur ce secteur sont l'affichage sur du mobilier urbain jusqu'à 2 m². On supprime tout l'affichage mural et scellé au sol, qui est autorisé par la loi dans ces zones. L'idée est de restreindre considérablement les supports scellés au sol et muraux, qui deviennent interdits. Vous avez les portes d'entrée vers les massifs naturels pour La Ciotat, par exemple, qui est concernée sur la route des Crêtes. Le bord de mer est également concerné par ce périmètre très restrictif sur la façade maritime.

Une troisième zone de publicité est définie. Elle concerne un certain nombre de grandes pénétrantes urbaines du territoire. Le diagnostic a mis en évidence une surabondance d'affichages publicitaires de grands formats. La loi autorise jusqu'à 12 m² ce type d'affichage, avec une densité très souple. L'idée est de limiter l'emprise visuelle de ces dispositifs publicitaires. Tout type d'affichage est autorisé. En revanche, la surface est réduite à 10,5 m² encadrement compris, donc les affiches mesureront moins de 8 m². Les densités sont également fortement encadrées. On divise par 2 les possibilités d'affichage : un dispositif par unité foncière au maximum. De plus, on favorise l'affichage mural, qui a un impact visuel un peu moins important. Toute publicité scellée au sol est autorisée

uniquement si l'unité foncière fait plus de 30 mètres de long, ce qui limite les possibilités d'affichage pour le scellé au sol. Vous voyez en rouge les secteurs concernés. Il s'agit de La Ciotat et de Gémenos. À La Ciotat, ce sont la D559, l'avenue Emile Bodin, le chemin du Puit de Brunet et l'avenue Subilia. À Gémenos, on est sur la Nationale 8, qui traverse toute la zone d'activité au sud.

Une quatrième zone de publicité est définie. Elle concerne les zones commerciales et les grands pôles d'activité. Uniquement sur ces secteurs, l'idée est d'assurer une souplesse publicitaire et de maintenir les dispositions nationales telles qu'elles existent aujourd'hui dans le Code de l'Environnement. L'affichage sur mobilier urbain, l'affichage mural et l'affichage scellé au sol restent autorisés jusqu'à 12 m². À La Ciotat, on est sur le secteur de l'Ancre Marine et Ciotat Park. À Gémenos, il s'agit du parc d'activité de la Plaine de Jouques.

Une sixième zone de publicité est identifiée. Elle correspond au reste des périmètres d'agglomération. Cela concerne essentiellement les quartiers résidentiels, les pôles de proximité et les secteurs d'équipements, en dehors des paysages emblématiques que j'évoquais tout à l'heure. L'idée est d'améliorer la qualité des paysages urbains ordinaires et d'adapter l'affichage au contexte urbain. Par endroits, on a des emprises de rue relativement étroites, où une affiche de 12 m² peut avoir un impact paysager très fort. Cela concerne l'ensemble des secteurs en jaune. On est sur La Ciotat (la majorité de l'agglomération est concernée), Roquefort-la-Bédoule et Carnoux-en-Provence. Sur ces espaces, on limite la publicité à 4 m² encadrement compris. La loi permet un peu plus à La Ciotat. On encadre la densité de la même façon que sur les grands axes : un seul dispositif par unité foncière. L'affichage mural est privilégié.

Enfin, on a une dernière zone de publicité, qui est une zone d'interdiction stricte. L'idée est de conforter les interdictions de publicité dans les sites inscrits. Vous avez un certain nombre de sites inscrits sur le littoral. L'idée est de conserver cette interdiction, de maintenir les dispositions dans l'aire d'adhésion du Parc national des Calanques. Certaines communes sont concernées et en particulier Cassis. L'idée est de conserver ce que dit la loi et de ne pas déroger aux dispositions nationales. Il s'agit aussi d'interdire la publicité dans les grands parcs urbains et les espaces verts significatifs du territoire. C'est la majorité du territoire. Ce sont essentiellement les périmètres hors agglomération, donc toutes les zones naturelles et agricoles, les grands parcs urbains et les secteurs situés dans l'aire d'adhésion du Parc national des Calanques. C'est une interdiction de publicité sauf hors agglomération. Je le précise, car la question avait été posée lors d'une autre réunion publique. Dans les zones naturelles et agricoles, certains dispositifs dérogatoires restent autorisés. C'est très restrictif. Cela concerne les activités et productions locales. Les agriculteurs ont le droit de se signaler par une pré-enseigne dans les zones vertes qui figurent sur la carte. Le Code de l'Environnement impose des dispositions assez restrictives mais elles permettent tout de même aux activités de production de produits du terroir d'avoir une signalisation. Voilà pour le détail des 7 zones de publicité. Je détaillerai ensuite les enseignes.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup. Y a-t-il des questions à ce stade ?

Brice, un agriculteur de La Ciotat.- Avec mon père, nous avons une exploitation agricole à La Ciotat. Par rapport au schéma que vous nous avez montré, nous nous situons dans la zone blanche et non dans la zone verte. Nous nous posons des questions : dans quelles limites sommes-nous ? Comment pouvons-nous pratiquer de la

communication sur l'exploitation ? Pouvons-nous utiliser des panneaux scellés, comme des 4x3, ou des panneaux simplement sur le grillage qui limite l'exploitation ?

Madame SAUZEDE.- On a précisé tout ce qui était relatif aux publicités et aux pré-enseignes. Si vous êtes dans l'agglomération, il faudra regarder précisément sur le zonage la zone qui vous correspond. Il est peut-être possible, suivant la zone, d'avoir une pré-enseigne qui signale votre activité dans l'agglomération. Ensuite, sur votre unité foncière, sur la façade de votre exploitation, vous avez le droit d'avoir une enseigne. Je vais le détailler juste après. On est vraiment sur 2 types de dispositifs différents. La pré-enseigne vous permet de vous signaler, si vous en avez besoin, sur une unité foncière autre. Un dispositif placé devant votre exploitation vous permet d'indiquer que vous êtes bien à cet endroit. Cela reste autorisé partout. Je vais le détailler après. Il y aura des règles de dimension et de format, mais cela reste autorisé pour toutes les activités.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup pour votre question. Y a-t-il d'autres questions ? Le temps que d'autres questions se structurent, tu peux peut-être conclure sur les enseignes.

Madame SAUZEDE.- Passons aux enseignes. On est bien sur tout ce qui est apposé sur un immeuble et relatif à l'activité qui s'y exerce, donc les enseignes sur toiture, murales ou au sol, par exemple. Les principes généraux sont de parvenir à une cohérence d'ensemble à l'échelle d'un quartier et d'encadrer la densité des enseignes qu'il peut y avoir au niveau d'un quartier, qui peut avoir un impact significatif, autant que de l'affichage publicitaire. Sont aussi envisagées des règles qui permettent d'éviter que l'enseigne porte atteinte au caractère architectural du bâtiment. Son emplacement sur une façade peut par exemple jouer un rôle. Les couleurs et les matériaux doivent être en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment. L'idée est d'éviter que l'enseigne soit installée sur des éléments d'architecture de façade (des garde-corps, des piliers d'angle, des génoises, etc.).

Sur le principe, on a regroupé nos 7 zones de publicité en 3 groupes. Il y aura des règles spécifiques aux centres-villes, aux hameaux de bord de mer et d'étangs. Ce seront les règles les plus strictes. On est sur des secteurs à forte valeur paysagère ou architecturale, donc les règles sont très encadrées. Un autre groupe concerne les zones commerciales. C'est à ce niveau que l'on sera un peu plus souple. Enfin, le troisième groupe correspond à tout le reste du territoire, donc tous les pôles de proximité, les quartiers résidentiels, où on peut avoir ponctuellement de l'activité.

Pour l'ensemble de ces secteurs, le règlement encadrera le nombre d'enseignes par support et par activité, par exemple le nombre d'enseignes sur la façade murale ou le nombre d'enseignes scellées au sol. Le règlement encadrera également la dimension, notamment des enseignes scellées au sol et des enseignes murales. La hauteur des enseignes sur toiture est également encadrée. La réglementation nationale est assez souple sur ce sujet. L'idée, même si on l'autorise dans toutes les zones, est d'encadrer la hauteur de ce type d'enseigne et d'assurer la qualité de ce dispositif. Un point essentiel : pour tout ce qui est affichage scellé au sol, l'idée est de favoriser la mutualisation des enseignes. Dès lors que plusieurs activités se partagent une même unité foncière, au lieu d'avoir une enseigne scellée au sol par activité et une succession d'enseignes de grands formats, l'idée est de mutualiser le tout sur un totem commun, avec un format encadré également. Cela permet d'améliorer la lisibilité des activités implantées et de libérer le paysage urbain. Vous pouvez voir un schéma qui précise le type de dispositions pouvant

être imposées. Il s'agit par exemple de la hauteur de l'enseigne sur la toiture, en évitant notamment de dépasser les limites du faîtage, des dimensions des enseignes perpendiculaires ou du nombre d'enseignes sur la façade.

Avant de vous redonner la parole, je précise les modalités d'application des dispositions qui seront envisagées. Une fois le RLP intercommunal approuvé, les dispositifs déjà en place devront se mettre en conformité dans les délais impartis et définis par la loi. Ce délai est de 2 ans pour les publicités et les pré-enseignes et il est de 6 ans pour les enseignes, à condition d'être conforme aux dispositions nationales ou au RLP en vigueur aujourd'hui. Les nouveaux dispositifs amenés à être installés devront se mettre en conformité directement avec le document qui sera approuvé.

Monsieur CHOPIN.- Lors de la dernière réunion du groupe de travail, nous nous sommes mis d'accord, tous, élus et techniciens, pour nous engager auprès des commerçants qui viendraient à s'installer ou des publicitaires qui auraient des renseignements à demander sur les nouvelles dispositions. On les conseillera. On leur communiquera les dispositions prévues dans le règlement qui sera probablement opposable dans quelques mois. Il s'agit donc notamment des hauteurs, des largeurs des enseignes, du nombre, etc. Le but est qu'ils puissent calculer leur investissement dans de bonnes conditions et qu'ils n'aient pas cette mise en conformité à faire par la suite. Les techniciens dans les communes se feront un devoir de les conseiller utilement.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup.

Madame SAUZEDE.- Je finis avec les régimes d'autorisation et de déclaration. Pour les publicités sur bâche, les pré-enseignes numériques et les dispositifs de dimension exceptionnelle, qui restent ponctuellement autorisés sur le territoire, il faudra obtenir une autorisation du maire. Les enseignes sont également toutes soumises à autorisation du maire.

Les publicités et les pré-enseignes, que j'évoquais tout à l'heure, notamment la publicité murale et celle scellée au sol, feront l'objet de déclarations. Ce sont des documents Cerfa à remplir et à soumettre à la mairie pour pouvoir installer votre publicité ou votre pré-enseigne. Tout à l'heure, on a indiqué des zones où il y avait une interdiction de publicité. Je précise tout de même que les enseignes sont autorisées sur l'ensemble du territoire. Il n'existe pas de périmètre d'interdiction. Bien entendu, toute activité a le droit d'avoir son enseigne sur sa devanture ou son unité foncière. Cela restera autorisé sur l'ensemble des secteurs. L'idée est simplement d'encadrer la qualité paysagère de ces dispositifs. Merci.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup. Y a-t-il des questions sur ce qui a été présenté ou sur ce qui n'a peut-être pas été présenté ou que l'on n'a pas eu le temps de vous présenter ?

Marcel, un Ciotaden.- Existe-t-il des dispositifs destinés à limiter la luminosité des enseignes lumineuses ? Je pense en particulier aux enseignes de notre Casino, qui sont à mon avis assez inesthétiques et en tout cas trop lumineuses.

Madame SAUZEDE.- On attend un décret qui devrait sortir sur le sujet. Ce n'est pas au RLP de définir la luminosité des enseignes. En revanche, des règles d'extinction nocturne sont recherchées et envisagées. Dans certaines zones, en fonction de la fréquentation et du type de tissu urbain que l'on aura, la plage d'extinction nocturne sera

élargie. La loi impose aujourd'hui que ce soit interdit entre 1 heure et 6 heures du matin. L'idée est d'étendre cette plage horaire au niveau de certains secteurs. En revanche, on ne peut rien faire dans le RLP concernant la luminosité.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup. Y a-t-il d'autres questions ?

François, un Ciotaden.- Vous avez évoqué à plusieurs reprises le règlement national de publicité. Existe-t-il un parallèle avec le PLU ? Est-ce plus ou moins draconien ? Qu'en est-il ?

Deuxièmement, si vous n'arrivez pas à faire passer un cavalier, que va-t-il se passer ?

Monsieur CHOPIN.- Je réponds déjà à la dernière question. Si on n'arrive pas à passer un cavalier dans la loi, on reviendra de toute façon au règlement national de publicité le 12 juillet 2020. Il existera peut-être une opportunité. Il faut que l'on saisisse l'opportunité la plus rapide possible pour éviter de repasser au RNP. Si on y passe, il faudra en revenir très rapidement. On ne peut imaginer que, d'un seul coup, les 7 communes ayant un RLP sur les 18 soient envahies de publicités. Non. Je pense que l'on continuera à exercer une certaine vigilance dans les communes et à inciter les annonceurs, les publicitaires et les commerçants à être raisonnables. C'était pour répondre à la première question.

Le RLP est plus souple. Il a pour objet de faire en sorte que l'on ait un meilleur environnement, en particulier sur notre territoire, avec le littoral que nous avons, les beaux paysages et autres. Tous les efforts que l'on porte visent à avoir un meilleur environnement, à avoir moins de pollution visuelle, à avoir moins de publicités lumineuses, etc. Le RLP sera plus contraignant pour tous, mais ce sera une amélioration de notre cadre de vie. Le RNP est donc beaucoup plus souple.

Madame BERNARD.- Je vais compléter. Le RNP est effectivement plus souple, sauf sur certaines zones, notamment dans le périmètre de sites protégés. Ce n'est que dans ce cadre que le RLP peut être plus souple. Sinon, pour tout le reste, le RLP ne peut être que plus restrictif que la réglementation nationale.

Madame SAUZEDE.- J'apporte une précision. À La Ciotat par exemple, sur l'ensemble de l'agglomération, vous pourriez avoir de l'affichage jusqu'à 12 m² partout. Dans les dispositions que l'on a envisagées, on diminue à 10 m² sur les grands axes mais on réduit encore plus, à 4 m², sur le reste. À Cassis par exemple, il pourrait y avoir de l'affichage jusqu'à 4 m² scellé au sol, mural. On supprime tout et on réduit à uniquement de l'affichage sur du mobilier urbain. À Gémenos, toute publicité est normalement interdite dans l'emprise du Parc naturel régional si on ne déroge pas dans le RLP. L'idée est de déroger uniquement pour tout ce qui est affichage sur abribus, ce qui est nécessaire à l'existence de l'abribus lui-même. Pour les règles imposées à Gémenos, on vise à être un peu plus souple mais on reste très strict.

Madame FAURE-BRAC.- Bonsoir. Je représente la commune de Cassis. Je vous remercie de cette gentille remarque. Nous avons à cœur de faire harmoniser nos commerçants, ceux qui vivent à Cassis et ceux qui viennent nous rendre visite à Cassis. On a la chance d'avoir un lieu magique. Il faut savoir que 85 % de notre territoire est en cœur de parc. Nous dépendons du Parc national des Calanques. Mme le Maire est en accord avec les 17 autres maires. Le travail a été fait très sérieusement, en harmonie et

en concertation. Comme l'a dit M. Chopin, on a essayé de travailler tous ensemble. L'objectif était d'harmoniser nos 18 communes et d'arriver à équilibrer nos commerçants et les personnes qui vivent dans nos communes. C'est un point important parce que la qualité de vie devient un élément essentiel pour d'autres communes et pour Cassis. Je remercie Elodie pour sa remarque sur Cassis.

Monsieur GUEREL.- Un juste point sur la définition de l'intérêt général, qui n'est pas la somme des intérêts particuliers. Y a-t-il d'autres questions ou remarques sur le sujet ?

Brice, un agriculteur de La Ciotat.- Je ne sais pas si ma question est liée au sujet. Avec cette mise en place, j'imagine que les panneaux vont être réduits de plus en plus. J'aimerais savoir qui va décider de l'occupation de tel ou tel panneau par tel ou tel commerce. Comment cela se passe ? Quelle est la durée d'occupation des panneaux par les sociétés qui vont les occuper ? Pour moi, qui aimerais avoir une pré-enseigne, un panneau sur un axe de La Ciotat, comment cela se passe ?

Madame BERNARD.- On est sur des conventions de droit privé avec des afficheurs pour les publicités et les pré-enseignes, avec aussi l'autorisation du propriétaire foncier. C'est au-delà de l'administration ; ce sont des conventions. C'est pour les pré-enseignes. Ni la Métropole, ni la commune ne s'occupent pas de ce type de convention. En ce qui concerne les enseignes, tout ce qui sera apposé sur l'unité foncière de votre activité, comme l'a répété Mme Sauzède tout à l'heure, sera soumis à autorisation. La demande sera à déposer en commune lorsque le RLPI sera approuvé. Aujourd'hui, il faut formuler la demande à la préfecture, puisque la ville de La Ciotat est soumise au règlement national de publicité.

Brice, un agriculteur de La Ciotat.- On parle de foncier mais, pour moi, c'est un peu particulier. Au-delà du foncier, nous avons une exploitation agricole autour du bâtiment. Chez nous, elle est positionnée de manière à ce que l'on ait 2 ronds-points collés à l'exploitation. C'est donc considéré comme mon foncier. Est-ce que je peux, avec ou sans autorisation, poser un panneau scellé au sol avec les dimensions autorisées ?

Madame BERNARD.- Il faudrait que vous nous donniez plus de détails pour que l'on puisse voir le périmètre où cela se trouve. Il faudrait que l'on regarde la réglementation nationale en détail. Il existe des règles en matière d'enseignes. D'après ce que je comprends, ce serait sur votre unité foncière. C'est en relation avec votre activité donc on partirait sur les dispositions réglementaires qui concernent les enseignes. Il existe des règles. Je ne vais peut-être pas en faire l'instruction aujourd'hui. On peut vous amener de petits éléments de réponse. Vous avez l'adresse e-mail. Vous pouvez envoyer votre plan du cadastre et votre projet et on pourra vous répondre de manière plus précise. Ce n'est pas que je ne veux pas vous répondre, mais j'ai peur de vous donner une mauvaise réponse.

Madame SAUZEDE.- Normalement, vous pourrez avoir une enseigne scellée au sol sur votre unité foncière en suivant les formats imposés. Il n'y a pas de problèmes pour en avoir une. Si une personne extérieure souhaite installer une pré-enseigne ou une publicité sur votre unité foncière, il faudra qu'elle ait votre autorisation et qu'elle ait déposé une demande de déclaration auprès de la commune. Sinon on ne peut pas mettre des panneaux le long de votre parcelle.

Brice, un agriculteur de La Ciotat.- Je n'ai pas besoin de demander auprès de la commune si cela concerne ma propre activité ?

Madame SAUZEDE.- Si c'est une enseigne oui. Il faut une autorisation. C'est un document Cerfa à compléter et à déposer en mairie. Il faut attendre d'obtenir l'accord du maire pour l'installer.

Brice, un agriculteur de La Ciotat.- Merci.

Monsieur GUEREL.- Merci à vous. Avez-vous d'autres questions ? Monsieur le Président, j'ai l'impression qu'il n'y a pas d'autre question.

Monsieur CHOPIN.- Il me revient de clôturer cette réunion publique. Je vous remercie d'être venus. J'espère que ceux qui ont posé des questions ont obtenu les réponses à leurs interrogations. Comme je le disais en préambule, c'est une première réunion de concertation. Nous reviendrons vers vous lorsque le document sera élaboré au niveau de la Métropole pour être présenté à l'enquête publique. C'est notre première réunion. Des documents sont à votre disposition. Je remercie tous ceux qui sont venus, élus comme techniciens des communes du bassin Est. Je remercie aussi, parce qu'il est dans la salle et qu'il a posé une question, le président de la commission d'enquête du PLUI, qui est un Ciotaden. Si vous avez quelques questions à poser sur le PLUI et la commission d'enquête, il se fera un plaisir d'y répondre tout à l'heure en partant. Merci à tous et bon retour.

La séance est levée à 19 heures 44.

Monsieur Alain CHOPIN