

**MÉTROPOLE
AIX-MARSEILLE-PROVENCE**

**RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL**

PROCÈS-VERBAL DE LA SÉANCE DU 17 DECEMBRE 2018

La séance est ouverte à 18 H 33
sous la présidence de Monsieur Alain CHOPIN

Monsieur GUEREL.- Bonjour. Madame Jouve, on vous remercie de votre accueil. Voulez-vous nous dire un petit mot ?

Madame JOUVE.- Bonsoir à tous. Bienvenue à Allauch. Nous sommes ravis de vous accueillir ce soir pour cette réunion, en espérant que tout se passe bien.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup, Madame Jouve.

Monsieur CHOPIN.- Bonjour à tous et merci de votre présence. Avec mes collègues élus du bassin Centre du Territoire de Marseille-Provence - et je salue M. Patrick MAGROT qui a fait le déplacement depuis Septèmes-les-Vallons – et avec les intervenants techniciens de la Métropole qui m’entourent, nous sommes heureux de vous retrouver ici dans cette prestigieuse salle Robert Ollive d’Allauch. Je remercie ma collègue et amie Paule Jouve de nous y avoir accueillis si sympathiquement.

Nous allons, avec le concours de différents intervenants, 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, ex-MPM. Notre réunion publique de ce soir est donc ciblée sur les communes composant le bassin Centre de notre Territoire, à savoir Septèmes-les-Vallons, Plan-de-Cuques et Allauch. La quatrième commune du bassin Centre, Marseille, a fait l’objet d’une réunion publique spécifique compte tenu de son poids démographique et économique. Vous le comprendrez aisément. Pour celles et ceux qui se sont déjà rendus aux réunions publiques lors de l’élaboration du PLUI, nous sommes ici dans la même configuration : une concertation par bassin de communes, comme nous l’avons fait pour le PADD (le 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.

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 la loi Elan (évolution du logement, de l’aménagement et du numérique) 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, tout comme d’autres articles, au seul motif qu’il n’était pas en rapport direct avec l’objet de la loi. C’est ce que l’on appelle les cavaliers. Il ne s’agit donc pas d’un problème de fond – ils le précisent dans leur décision - mais d’un vice de procédure. La loi Elan a donc été promulguée le 25 novembre dernier sans cet article spécifique à notre RLPI, dont le périmètre est à nouveau calqué 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 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 en rapport avec l’urbanisme, le périmètre géographique du RLPI, calqué sur le 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, je l'espère, vous conviendra, la première ébauche du RLPI, telle que nous l'avons élaborée après plus de 9 réunions de notre groupe de travail, élus et techniciens des 18 communes du Territoire, et que j'ai l'honneur de présider. Nous aborderons notamment les questions de zonage 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. 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 aujourd'hui reprend d'ailleurs certains questionnements soulevés par des observations qui nous sont déjà parvenues. Enfin, une sténotypiste est présente aujourd'hui. Toutes les remarques faites seront donc consignées. Si vous souhaitez intervenir, je vous demanderais de vous présenter. Merci de votre attention. Je passe maintenant la parole à Mme Sabrina Bernard-Cipriani, chef de projet.

Madame BERNARD.- Bonsoir. Je vais vous présenter le déroulé de la séance. Dans un premier temps, je vous exposerai la définition du règlement local de publicité intercommunal. Qu'encadre-t-il ? De quoi s'agit-il ? Dans un deuxième temps, nous aborderons la démarche. Comment élabore-t-on ce type de document ? Quelles sont les étapes incontournables pour élaborer ce document ? Ensuite, Elodie Sauzède vous présentera les 4 orientations choisies par les élus des 18 communes du Territoire Marseille-Provence et les dispositions réglementaires de ce document.

Je vais commencer par vous dire ce qu'est un RLPI. Ce document encadre 3 dispositifs : la publicité, les pré-enseignes et les enseignes. Il faut savoir que ce document relève du Code de l'Environnement. Dans sa procédure d'élaboration, il relève du Code de l'Urbanisme, comme un PLU.

Abordons la publicité et les pré-enseignes. Il s'agit de tout panneau publicitaire installé à distance d'un lieu d'activité. Plus précisément, la publicité correspond aux panneaux publicitaires faisant la promotion d'un produit ou de l'activité. Les pré-enseignes sont les panneaux publicitaires qui annoncent à distance, à proximité de l'activité. Il existe plusieurs types de support. Vous avez les grands panneaux scellés au sol que l'on a l'habitude de voir, les panneaux muraux et aussi le mobilier urbain, où on peut trouver de la publicité à titre accessoire. Il peut s'agir d'abris de bus, d'abris de tram, des « petites sucettes » que l'on a l'habitude de voir le long des axes en ville.

Ensuite, vous avez les enseignes. Il s'agit de toute inscription, forme ou image apposée sur l'immeuble et relative à l'activité exercée. C'est tout ce que l'on va trouver sur le bâtiment ou sur l'unité foncière de l'activité. Là encore, on a aussi plusieurs supports, tels que les panneaux scellés au sol, sur store, sur toiture, etc. Les panneaux sur clôture sont également considérés comme des enseignes.

Il faut savoir que, au minimum, une réglementation nationale s'applique. Même si un Territoire n'est pas doté d'un règlement local de publicité, une réglementation nationale

s'applique. Elle peut définir des secteurs d'interdiction, notamment hors agglomération, sur les immeubles classés ou sur les arbres. Elle peut aussi définir des règles en matière de surface, de hauteur et de densité. Afin de préserver les spécificités locales de chaque Territoire, notamment aujourd'hui pour les 18 communes du Territoire Marseille-Provence, il est possible d'élaborer un règlement local de publicité. Ce dernier permettra de fixer secteur par secteur les obligations en matière d'affichage, de définir des zones de publicité. On pourra trouver des règles différentes qui s'appliquent en fonction des différents tissus urbains du Territoire. Il y a des règles différentes pour la publicité et les pré-enseignes et pour les enseignes. Le but est de préserver 2 grands principes généraux. Le premier principe est la liberté d'expression. Il est impossible d'interdire toute publicité sur un Territoire. C'est imposé par le Code de l'Environnement. Chacun est libre de s'exprimer. On ne peut pas interdire toute publicité. Le deuxième principe important pour notre Territoire, pour préserver toutes les spécificités locales, c'est bien sûr la protection du cadre de vie et de l'intérêt général.

Aujourd'hui, on élabore un règlement local de publicité intercommunal. Un règlement unique s'appliquera pour les 18 communes du Territoire Marseille-Provence. Sur ces 18 communes, 7 règlements locaux de publicité sont aujourd'hui en vigueur. On a de la chance car, au niveau de ce bassin, 3 communes sur 4 sont dotées d'un règlement local de publicité : Allauch, Marseille et Plan-de-Cuques. Les 11 autres communes sont soumises au règlement national de publicité. Demain, que se passera-t-il avec ce règlement local de publicité intercommunal ? On aura un règlement pour 18 communes, donc une harmonisation des dispositions réglementaires sur le Territoire et, forcément, une meilleure adaptation du règlement aux réalités locales.

Je vais vous expliquer la manière d'élaborer un règlement local de publicité. Il existe 4 étapes incontournables. La première est l'état des lieux. On élabore un diagnostic, on fait une photographie du Territoire, de nos 18 communes. Notre bureau d'études a parcouru 400 kilomètres de voies, où plus de 2 500 supports ont été référencés. Grâce à ce référencement, on a pu, élus comme techniciens, identifier les secteurs à enjeux, c'est-à-dire les endroits où il y a trop d'affichages publicitaires ou pas assez ou là où l'affichage n'est pas adapté. On a pu avoir une vision globale de ce qui se passait sur notre Territoire en matière d'affichage publicitaire. On a ainsi pu définir 2 grands objectifs : la préservation du patrimoine et du cadre de vie et le maintien et la valorisation de l'attractivité économique. Aujourd'hui, nous en sommes à l'étape de la co-construction des dispositions réglementaires avec la population. Une fois que l'on aura avancé dans ce travail de co-construction, on pourra avoir un document complètement rédigé qui, après son arrêt, pourra être remis dans un deuxième temps d'échange à la population dans le cadre de l'enquête publique, pour ensuite aller vers son approbation.

Le règlement local de publicité intercommunal se compose de 3 documents. Le premier est le rapport de présentation. On a quelque chose de très classique : un diagnostic, les orientations générales et l'explication des choix. Ensuite, on a 2 règlements écrits : l'un pour la publicité et les pré-enseignes et l'autre pour les enseignes. Au niveau du règlement pour la publicité et les pré-enseignes, on a aujourd'hui 7 zonages. Dans un souci de simplicité en termes de lecture pour le grand public, on a choisi de regrouper ces 7 zones de publicité en 3 grands groupes pour les dispositions réglementaires sur les enseignes. Ensuite, de

façon classique, on a un règlement graphique, avec des planches graphiques, avec le zonage qui traduit les dispositions réglementaires.

Comme je vous l'expliquais tout à l'heure, on est vraiment dans un travail de co-construction avec la population. Aujourd'hui, on est dans cette phase de concertation. Elle va durer un long moment. Lors de cette phase, le véritable moment d'échange avec la population correspond aux réunions publiques, lors desquelles on peut recueillir tous les échanges. Un deuxième temps d'échange sera l'enquête publique. On a organisé 5 réunions publiques sur tout le Territoire. Aujourd'hui, c'est la dernière. Elles ont pu informer la population sur le calendrier et le contexte du règlement local de publicité intercommunal, rappeler l'ambition souhaitée pour le Territoire, échanger avec le projet en cours d'élaboration et recueillir tous vos points de vue. On a donc tenu 5 réunions publiques : une générale pour tout le Territoire le 29 novembre, une pour Marseille, une pour le bassin Ouest, une pour le bassin Est et celle d'aujourd'hui, qui concerne le bassin Centre hors Marseille.

Pour pouvoir faire des observations, il faut savoir où s'informer. On peut s'informer dans toutes les communes du Territoire, où est mis à disposition un kit de la concertation. Ce kit contient des lettres d'information. On en a 3 aujourd'hui : une première au début de la démarche, une deuxième faisant un point sur le diagnostic et une troisième lettre d'information portant sur les orientations. La suivante concernera le règlement. Des panneaux sont également mis en exposition dans ces lieux de concertation. Vous pouvez aussi, bien sûr, vous renseigner sur le site Internet de Marseille-Provence. Comment s'exprimer ? C'est d'abord possible lors des réunions publiques. Ensuite, traditionnellement, vous pouvez inscrire vos observations dans le registre de concertation se trouvant dans les 18 mairies du Territoire et au siège de la Métropole. Vous pouvez aussi adresser un courrier à Mme la Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence ou un e-mail, à l'adresse indiquée derrière moi.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup. Sur ce premier temps d'échange, avez-vous des questions sur la méthode ? Non. Avant de passer la parole à Elodie Sauzède pour faire un point sur la synthèse du document du règlement local de publicité intercommunal, Monsieur Chopin va nous faire un petit rappel.

Monsieur CHOPIN.- Je vais compléter ce que je disais tout à l'heure. Parmi les 18 communes, 7 ont un règlement local de publicité. Si nous n'arrivons pas à trouver un point d'attaque pour une nouvelle loi, on va retomber, à partir du 12 juillet 2020, au règlement national de publicité pour toutes les communes qui possèdent un RLP. C'est à savoir. Nous espérons pouvoir arrêter un document avant cette date fatidique, puisqu'il y a caducité des RLP au 12 juillet 2020. C'est tout le travail que l'on a. Les communes vont être sollicitées pour formuler des demandes auprès des services de l'Etat afin que l'on puisse dégager une loi et que notre RLPI soit calqué sur le Territoire, comme le PLUI. Voilà le point complémentaire que je voulais ajouter dans ce temps d'échange.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup, Monsieur Chopin. Y a-t-il des questions sur la partie méthode ?

Monsieur MAGROT.- Je reviens sur ce dernier point. Tu as dit que c'était le Conseil Constitutionnel qui avait refusé le cavalier législatif et que c'était purement formel. Ce

n'est pas une remise en cause du fond, c'est-à-dire la possibilité de faire coïncider PLUI et RLPI. En toute logique, cela devrait permettre de choisir le bon cadre législatif ou le cavalier dans la loi qui irait bien. Je suppose que des personnes sont à la manœuvre. Par rapport au risque de caducité, qui est un peu la même chose que ce qui pourrait arriver s'il y avait un problème avec le PLUI pour les communes en POS... Si tout le monde est d'accord sur le fond, il n'y a pas de raison que l'on ne trouve pas une solution rapide.

Monsieur CHOPIN.- Absolument. J'ai relu attentivement la décision du Conseil Constitutionnel. Énormément d'articles (plus d'une centaine) ont été ajoutés au projet de loi initial de la loi Elan. Il y a eu autant de cavaliers que de points supplémentaires. Si cette loi n'avait pas été soumise au Conseil Constitutionnel, cela passait. Il n'y avait pas de problèmes puisqu'elle avait été votée par le Parlement. Cependant, il y a eu une saisine de 60 députés, dont un député des Bouches-du-Rhône, M. Mélanchon, qui ont signé cette pétition, cette demande.

Monsieur MAGROT.- Il y en a probablement 2 des Bouches-du-Rhône. C'est pour des raisons de fond.

Monsieur CHOPIN.- Oui, c'était par rapport à la loi Littoral et surtout par rapport aux personnes handicapées, par rapport au logement. Qui est à la manœuvre ? C'est essentiellement la Présidente de la Métropole, qui a été saisie et qui doit faire le nécessaire, et l'ensemble des élus, qui veulent bien porter par leur intermédiaire cet éventuel projet de loi, qui sera dans une loi concernant l'urbanisme. Il faut trouver le bon porteur.

Monsieur MAGROT.- C'est le risque. Il y a eu un grand nombre de cavaliers dans une loi qui n'était pas faite pour ça. La loi prévoit que les cavaliers soient possibles. À partir du moment où on a des documents larges, tout peut arriver. On le sait bien, chacun dans nos communes. Parfois, on évite de mettre trop d'éléments dans une même délibération. En effet, si une délibération est attaquée, il n'est pas nécessaire qu'elle fasse tomber une série entière de délibérations. Ce genre de chose peut arriver. Je prends l'exemple du PLUI. Demain, le PLUI va remplacer 18 PLU ou POS. Faire des grands documents sur de grands territoires fragilise considérablement les choses. Cela devrait faire réfléchir les personnes qui sont à la manœuvre pour absolument vouloir tout formater. Pendant ce temps, ce sont des budgets considérables, de l'énergie et du temps. Je fais cette remarque qui, à mon avis, doit être prise en compte. On est dans cette problématique. De plus, la participation populaire à ce type de réunion vient un peu apporter de l'eau à mon moulin.

Madame JOUVE.- On a reçu les lettres pour faire les interventions. Des procédures sont tout de même mises en place. On a reçu des lettres que doivent signer des maires, la lettre de la Présidente de la Métropole et celle du Président du Conseil de Territoire. Le but est que ce règlement de publicité reste au niveau du Territoire et pas au niveau de la Métropole, avec 92 communes. Au niveau du Territoire, on a fait 9 séminaires et on n'est pas arrivé au bout. Si on doit le faire pour 92 communes, on ne s'en sort pas.

Monsieur CHOPIN.- Je vais clore le sujet, car il n'est pas à l'ordre du jour. Pour l'information des élus, ce qui a été convenu et ce qu'a demandé le président Montagnac, c'est que l'on continue de travailler. C'est ce que l'on fait. Une fois que ce travail sera terminé, notre

document sera prêt. Il sera formalisé lors d'une conférence intercommunale des maires, qui aura lieu, a priori, le 25 février.

Monsieur MAGROT.- Pour dire que l'on est prêt.

Monsieur CHOPIN.- Oui. Si un projet de loi sort, il n'y aura plus que... On procède à l'arrêt, on procède à l'enquête publique et on essaie d'approuver dans les temps. Voilà pourquoi on continue. Avez-vous d'autres questions sur ce petit problème d'ordre législatif ?

Monsieur GUEREL.- Ou sur la méthode d'élaboration du règlement local ?

Madame JOUVE.- Non, c'est très clair.

Madame BERNARD.- On est tout de même dans le cadre d'une réunion publique. Je vais compléter les dires de M. le Président. Effectivement, on continue. Après le 25 février, il ne se passera rien. On sera toujours dans la concertation avec le public et on continuera à recueillir les observations, à les analyser, à les traiter et à les transmettre aux élus et techniciens, jusqu'à ce que nous soyons dans cette phase de concertation administrative. Je souhaite le rappeler : on est toujours dans un projet de co-construction. Rien n'est aujourd'hui joué. On est en train de tous travailler ensemble pour élaborer un document de qualité. Aujourd'hui, on n'a pas de lisibilité en termes de calendrier mais, finalement, cela tombe bien puisqu'on est dans cette étape de concertation. On a plus de temps pour concerter.

Monsieur GUEREL.- Merci, Sabrina. On peut peut-être passer à l'étape d'après. Elodie, tu vas nous présenter la synthèse de ce document, qui est complet, volumineux et qui prend en compte toutes les spécialités des communes du Territoire, tout en étant sur des lois transversales. La tâche de synthétiser tout ceci en quelques dizaines de minutes te revient.

Madame SAUZEDE.- Commençons par les orientations du règlement local de publicité intercommunal, avant de passer à la transcription réglementaire. Quatre grandes orientations ont été définies. Elles sont présentées derrière moi. Elles résultent d'un travail étroit qui s'est fait entre les communes, comme on l'a déjà dit, à travers 9 pans de travail depuis un an, avec une véritable recherche de cohérence d'ensemble, d'harmonisation, tout en prenant en compte les spécificités locales. Une première orientation est de conforter l'attractivité du Territoire. Il s'agit de préserver notamment les richesses touristiques du Territoire, avec une attention particulière portée sur les paysages de bord de mer, sur les portes d'entrée des différents massifs naturels et sur les centres historiques, en limitant la publicité sur ces secteurs.

La deuxième orientation est de valoriser les paysages porteurs des identités locales. Ici, il s'agit d'améliorer la qualité des entrées de ville et des grandes pénétrantes urbaines du Territoire en limitant l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire, puisque c'est à ce niveau que l'on avait identifié les plus gros enjeux en termes de densité et de surface de panneaux d'affichage. Il s'agit de limiter l'emprise visuelle de cet affichage sur les grandes entrées de ville et de mettre en valeur les éléments remarquables du Territoire, que ce soient les centres historiques ou les cônes de vue que l'on a sur le grand paysage dans les agglomérations.

La troisième orientation est d'améliorer le cadre de vie sur l'ensemble du Territoire. C'est une orientation spécifique, qui centre aussi sur tous les quartiers. L'idée n'est pas de préserver uniquement les secteurs déjà remarquables mais de porter une attention particulière sur nos quartiers résidentiels et les pôles de proximité. Il s'agit donc d'améliorer ces paysages du quotidien. L'objectif est également de préserver les espaces de nature en ville, donc tous les grands parcs du Territoire, et de limiter la pollution lumineuse. Il y a des règles d'extinction nocturne dont les plages horaires sont élargies au regard des dispositions nationales qui existent déjà. Ces plages sont élargies pour préserver la biodiversité et limiter cette pollution nocturne.

La quatrième orientation est d'assurer la lisibilité des activités économiques et culturelles. Il s'agit de trouver un compromis entre préservation des paysages et lisibilité des entreprises. Il s'agit de favoriser l'affichage mais d'encadrer tout de même leur densité. Un point a été mis en évidence dans le diagnostic : par endroits, lorsqu'on traverse de grandes zones commerciales, la surabondance d'informations et de panneaux d'affichage fait perdre la lisibilité des messages publicitaires et des entreprises installées dans la zone. Il s'agit d'encadrer aussi la densité des dispositifs pour valoriser l'économie locale.

Monsieur GUEREL.- Arrêtons-nous à ce niveau avant de continuer la synthèse des règles. On a sollicité différentes personnalités du Territoire, et notamment des mairies d'Allauch, de Plan-de-Cuques et de Septèmes-les-Vallons, pour nous faire un petit commentaire sur l'application de ce règlement local de publicité intercommunal. Vous pouvez nous parler des conséquences ou des enjeux qu'il peut y avoir à travers le prisme de ces 4 orientations. Madame Jouve, puis-je me permettre de vous demander un petit mot ?

Madame JOUVE.- Lorsque nous avons préparé la réunion, on avait dit qu'Allauch, c'était dans le cadre de la valorisation des paysages porteurs des identités locales. Finalement, lorsqu'on écoute toutes les orientations, on se rend compte que tout est valable pour chaque ville, comme le fait de conforter l'attractivité du Territoire. On est une ville où les traditions perdurent. On a beaucoup de touristes. Le point sur les identités locales nous concerne effectivement. On est en Natura 2000. On ne veut pas de grands panneaux publicitaires, comme on en a parlé à plusieurs reprises. Concernant l'amélioration du cadre de vie, il est vrai qu'Allauch est l'une des communes de la Métropole qui est en grosse demande de logements par rapport à d'autres. Les Pennes Mirabeau et Allauch sont 2 communes où la demande de logements est très importante et où la population a fortement augmenté depuis quelque temps. Lorsqu'on vous écoute, tout est nécessaire. Il est vrai qu'on n'a pas de grandes zones industrielles, comme à Septèmes-les-Vallons ou ailleurs, mais on a des petites zones artisanales, où le surcroît de publicités pourrait aussi gêner. La commune d'Allauch est concernée par le fait de valoriser les villages porteurs, mais toutes les orientations intéressent notre commune afin que la publicité soit vraiment réglementée.

Je vais faire un petit mot sur le diagnostic. Il est vrai que, lorsque vous avez réalisé le diagnostic d'Allauch, on s'est aperçu de certaines enseignes qui n'étaient pas très jolies. Il est vrai que le diagnostic nous a permis, avec M. Dobrzynski, de voir que des améliorations étaient à apporter au niveau de la commune.

L'ensemble de votre document était très clair, comme je vous l'ai dit. C'est vraiment la synthèse de toutes les réunions auxquelles on a participé et je trouve que ce n'était pas facile à faire puisque chaque commune avait ses objectifs bien particuliers. Je vous remercie.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup, Madame Jouve. Monsieur Magrot, avez-vous quelques commentaires à faire sur l'application au niveau de votre Territoire ?

Monsieur MAGROT.- Contribution de la commune de Septèmes-les-Vallons à la réunion publique du mardi 17 décembre 2019. Mesdames, Messieurs, pour avoir contribué à la construction d'un nombre important de documents d'urbanisme et de planification communaux ou intercommunaux ayant vocation à être mis en œuvre et opposables, je trouve que l'exercice du RLPI, engagé par notre Territoire sur 18 communes, est particulièrement complexe. L'un des sujets est de restaurer des paysages ou de s'opposer à leur dégradation et à leur uniformisation. Un autre est d'améliorer le cadre de vie de nos noyaux villageois, qui ont besoin d'une vie commerçante de proximité lisible et aussi d'une mise en valeur du patrimoine.

Le RLPI doit permettre de trouver le point d'équilibre entre l'intérêt général et les intérêts particuliers des entreprises comme des personnes privées. Pour certaines familles modestes, la suppression d'un revenu peut déséquilibrer un budget. En même temps, l'intérêt général doit primer. Cela explique la complexité et la multiplicité des zonages, tout comme l'implication des équipes que ce travail a exigée. Cela explique aussi que les suppressions ou les modifications qui s'imposent disposent du temps nécessaire pour amortir les pertes financières.

C'est dans cet esprit que, à Septèmes-les-Vallons, les orientations que nous validerons répondent aux points suivants :

- Interdiction totale de la publicité dans la zone hors agglomération, sauf quand il s'agit d'annoncer l'activité elle-même et en respectant les prescriptions.

- Mêmes dispositions pour les vallons reliant la zone urbaine au massif naturel (je vous dispense de la liste) ainsi que dans les zones à vocation agricole dans le PLU ou dans le PLUI.

- Utilisation de plusieurs cercles concentriques de 100 mètres de diamètre pour protéger progressivement mais totalement le noyau villageois de Septèmes-les-Vallons centre et de ses abords. Il n'a pas l'allure du noyau villageois d'Allauch, j'en conviens, mais il mérite que l'on s'en occupe.

- Utilisation de cônes de vue paysagers, qui auront une traduction graphique, permettant la suppression d'un nombre limité de panneaux et l'interdiction de nouveaux panneaux le long de la RDn8 et de la RD543. C'est la route d'Apt.

- Concernant la RD543, à partir du rond-point de Tubié, on ne peut pas imaginer un règlement trop exigeant alors qu'au-delà de la limite de la commune et du Territoire de Marseille-Provence commence le vaste espace de Plan de Campagne. Les gens ne comprendraient pas une césure brutale entre une réglementation trop stricte et la situation actuelle de Plan de Campagne.

- Enfin, concernant nos 2 zones d'activité d'intérêt communautaire (donc d'intérêt métropolitain), il convient d'adapter un zonage qui améliore l'attractivité et l'image et qui ne soit pas un obstacle à l'activité économique.

Voilà, mesdames et messieurs, en moins de 3 minutes, la contribution de la commune de Septèmes-les-Vallons au débat sur le RLPI.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup. Monsieur Chopin, voulez-vous vous exprimer pour Plan-de-Cuques ?

Monsieur CHOPIN.- En l'absence de mes collègues élus, qui sont retenus par un Conseil Municipal important de fin d'année en ce moment, je coiffe ma seconde casquette pour parler de ma commune dans le cadre de ce RLPI et des objectifs que nous nous sommes fixés, qui sont modestes. Plan-de-Cuques est une commune située entre Marseille 13^{ème} et Allauch, ce très beau village. Nous sommes une commune avec un habitat plutôt résidentiel, une petite superficie, sans aucune activité économique d'importance, sans grande surface commerciale, sans grosse entreprise et donc avec moins de publicités à voir sur le passage des différents axes. Cependant, nous sommes aux portes de Marseille et nous possédons déjà un règlement local de publicité qui nous donne satisfaction. Nous profitons plutôt de ce RLPI pour affiner et améliorer notre cadre de vie, tout en ayant de la publicité mais de façon modérée sur nos grands axes nord-sud et est-ouest qui traversent notre commune. Comme pour Septèmes-les-Vallons, nous avons aussi des cônes de vue, que nous avons mis sur notre document graphique du RLPI, de façon à protéger l'aspect visuel lorsqu'on arrive sur les hauteurs de Plan-de-Cuques par les axes.

Notre noyau villageois est bien défini et il sera protégé par le zonage qui sera adapté. La commune veillera surtout à la qualité et à la beauté des enseignes pour améliorer notre cadre de vie et pour le rendre le plus attractif possible. On protégera notre grand espace vert qu'est le bocage, où beaucoup de personnes viennent se promener. On le fait inscrire au RLPI de façon à avoir des abords stricts. On protège également nos bâtis communaux remarquables, comme le moulin, le clocheton et l'église, de même que le mur du cimetière.

Voilà les grands objectifs. Ils sont relativement modestes par rapport à d'autres communes du Territoire. Ce RLPI nous permet de mieux cerner et de mieux encadrer l'existant, que nous maintenons, et de réduire ou d'éviter une extension de l'ensemble des publicités. Voilà ce que je voulais dire pour la ville de Plan-de-Cuques dans le cadre de cette orientation.

Monsieur GUEREL.- Merci. Elodie, c'est à toi.

Madame SAUZEDE.- Continuons sur la partie réglementaire. Sur le volet publicité et pré-enseignes, je vais vous détailler les règles envisagées sur chacune des zones. Je vous rappelle que l'on est bien sur des panneaux installés à distance du lieu de l'activité, qui indiquent la proximité de cette activité ou qui en font la promotion. On va présenter les dispositions que l'on rencontre essentiellement sur le Territoire. Les bâches, les dispositifs de dimension exceptionnelle, etc. font aussi l'objet de dispositions particulières mais on va se concentrer aujourd'hui sur l'affichage scellé au sol, l'affichage sur mobilier urbain et l'affichage mural, que l'on rencontre essentiellement sur le Territoire.

La première zone de publicité concerne tous les centres-villes et les noyaux villageois du Territoire, avec plusieurs objectifs définis. Il s'agit de préserver l'identité de ces centres historiques et d'améliorer la lisibilité du patrimoine. On sait que la surabondance de publicités peut nuire à la qualité de ces centres-villes. Le but est donc de vraiment préserver ces espaces. Au niveau du centre-ville de Marseille, il s'agit aussi de conjuguer image patrimoniale et innovation, puisque la commune souhaite valoriser l'affichage numérique. Au niveau de ces centres-villes, les seuls dispositifs autorisés seraient de l'affichage sur du mobilier urbain de petit format, donc on est sur 2 m² au maximum, dimension affiche. Tout l'affichage mural et l'affichage scellé au sol devient interdit dans ces secteurs alors que la loi le permet. Vous pouvez voir les secteurs concernés. On est sur tous les cœurs de village du Territoire.

Une deuxième zone de publicité est proposée. Elle correspond aux paysages emblématiques et aux villages caractéristiques du Territoire. On est dans le bassin Centre, donc je développe aussi ce qui est envisagé à Marseille. A Marseille, il s'agit notamment de préserver et de valoriser les panoramas sur le littoral balnéaire. A Allauch, il s'agit de maintenir les usages existants. Il est vrai que l'on a quelques affichages aujourd'hui mais le RLP en vigueur réduit fortement les possibilités publicitaires. Il s'agit véritablement de maintenir ces dispositions. Sur l'ensemble des communes de ce bassin, il s'agit aussi de valoriser les portes d'entrée vers les différents massifs du Territoire. Au niveau des secteurs d'Allauch, Septèmes-les-Vallons et Plan-de-Cuques, on est sur de l'affichage sur du mobilier urbain jusqu'à 2 m². A Marseille, on peut aller jusqu'à 10,5 m² pour de la publicité murale. C'est autorisé uniquement à Marseille, pour cette zone de publicité n°2. Vous voyez les secteurs concernés en aplat bleu sur la carte. Pour Allauch, on est sur la majorité de l'agglomération, en dehors des cœurs de village. A Septèmes-les-Vallons, on est sur certains quartiers, lotissements qui vont en direction des massifs, là où démarrent un certain nombre de sentiers de randonnée notamment. Comme on l'a évoqué, plusieurs cônes de vue sur du patrimoine bâti ou des éléments de grand paysage sont aussi protégés. C'est le cas aussi à Plan-de-Cuques, lorsqu'on arrive vers le cœur de ville.

Une troisième zone de publicité correspond à certaines pénétrantes urbaines du Territoire. Comme je l'ai évoqué dans les orientations, il s'agit de limiter l'emprise visuelle des dispositifs publicitaires. Je rappelle que la loi permet de l'affichage sur tout type mais jusqu'à 12 m². Il est proposé de maintenir autorisée la publicité scellée au sol, murale et sur mobilier urbain, mais de réduire légèrement cette surface à 10,5 m² encadrement compris. La densité est réduite. On divise par 2 les possibilités d'affichage publicitaire, puisqu'on laisse autorisé uniquement un dispositif par unité foncière. Vous pouvez voir les secteurs concernés. Au niveau d'Allauch, on n'est pas dans cette zone puisqu'on était dans la deuxième zone de publicité. A Septèmes-les-Vallons, on est sur l'axe principal, donc la D543, route d'Apt, et l'avenue du 8 mai 1945. A Plan-de-Cuques, on est aussi sur les grandes pénétrantes : avenue Frédéric Mistral, avenue Paul Sirvent, avenue de la Libération et une partie de l'avenue Jean Giono.

La quatrième zone de publicité correspond aux grandes zones commerciales ou pôles d'activité. Très peu de zones commerciales ont été identifiées. Sur les principales zones commerciales du Territoire, il s'agit de maintenir les dispositions nationales telles quelles. On

est sur du 12 m² pour tout type d'affichage. Un zoom avait été fait sur le secteur Euroméditerranée, à Marseille. Il s'agissait d'accompagner le développement de ce quartier, avec de la publicité sur mobilier urbain et de la publicité murale jusqu'à 10,5 m². La publicité scellée au sol y deviendrait interdite. Vous pouvez voir la carte. La commune de Septèmes-les-Vallons est concernée par les pôles d'activité et les zones commerciales. Une partie de la route de Calas donne vers les Pennes Mirabeau. On reste donc sur les dispositions nationales, avec 12 m². Globalement, à l'échelle du Territoire, on est sur des secteurs très petits. Pour tout le reste, on est sur des dispositions plus restrictives que la réglementation nationale.

Une sixième zone de publicité correspond à la grande majorité des agglomérations du Territoire. On est ici sur des quartiers plutôt résidentiels, les pôles de proximité et les secteurs d'équipement, en dehors des zones des villages caractéristiques que j'ai évoquées tout à l'heure. Sur la carte, vous voyez les aplats jaunes, donc la majorité de l'agglomération de Marseille. C'est pareil à Septèmes-les-Vallons et à Plan-de-Cuques, en dehors du centre-ville et de l'axe principal, des grandes pénétrantes que j'ai évoquées tout à l'heure. On est sur cette zone de publicité, donc la principale. Abordons les dispositions. On va très loin au niveau des restrictions en termes d'affichage. L'idée est d'améliorer la qualité des paysages du quotidien et d'adapter la publicité au contexte urbain. On avait identifié dans le cadre du diagnostic que, par endroits, lorsqu'on est dans des rues un peu étroites, l'affichage de 12 m² peut paraître disproportionné par rapport à la typologie des tissus urbains. Passons à ce qui est autorisé. A Septèmes-les-Vallons et Plan-de-Cuques, qui sont concernées, on reste sur ces 3 types d'affichage, mais on passe à du 4 m² au lieu du 12 m² autorisé par la loi. On réduit de façon très importante. A Marseille, la volonté était de conserver du 10,5 m². Pour toutes ces communes, on est aussi sur des densités réduites, puisque c'est 1 dispositif par unité foncière au maximum.

Je termine avec la dernière zone, qui concerne des zones d'interdiction stricte de publicité et notamment tous les sites inscrits, des secteurs qui font l'objet de protection au titre des paysages. On a évoqué notamment les grands parcs du Territoire tout à l'heure. Ils sont aussi préservés. On a aussi identifié tous les abords du canal de Marseille comme zone de protection, où on n'aura aucune zone de publicité. Vous voyez les aplats verts. On est aussi sur tous les secteurs hors agglomération, donc les zones naturelles et agricoles du plan local d'urbanisme intercommunal. Sur ces secteurs, il n'y a pas de publicité sauf dérogatoire, hors agglomération. On verra s'il y a des questions.

Monsieur GUEREL. - Avez-vous des questions sur ce premier volet exclusivement dédié à la publicité avant de passer aux enseignes ? Non. On poursuit.

Madame SAUZEDE. - Passons aux enseignes. Je rappelle que l'on est bien ici sur le bâtiment d'activité ou sur son unité foncière, donc tous les panneaux en lien avec cette activité. Abordons les principes réglementaires. Il s'agit déjà de parvenir à une cohérence d'ensemble à l'échelle d'un quartier et de limiter la densité des enseignes scellées au sol notamment, que l'on peut rencontrer à l'échelle d'un quartier, et avoir une cohérence globale. Ne pas porter atteinte au caractère architectural du bâtiment est un principe identifié aussi comme disposition générale. Il s'agit notamment d'avoir des matériaux et des couleurs qui s'intègrent en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment. Fixer des enseignes sur

les éléments d'architecture de façade n'est pas autorisé. Les éléments caractéristiques (garde-corps de balcon et génoises notamment) sont à préserver. Il faut donc recadrer l'enseigne en dehors de ces secteurs d'intérêt.

Comme on l'a évoqué tout à l'heure, on a regroupé nos 7 zones de publicité en 3 groupes de zones pour le volet enseignes. Le premier groupe rassemble tous les centres-villes et les hameaux de bord de mer et d'étang. On va avoir des dispositions assez restrictives, puisqu'on est sur des secteurs à forte valeur architecturale. Il faut donc encadrer très strictement les enseignes. On va avoir un secteur qui regroupe toutes les grandes zones commerciales du Territoire. On va être sur les secteurs les plus souples en matière d'enseignes. On a ensuite le reste, donc tous les quartiers résidentiels que l'on fréquente tous les jours, où on va être sur un niveau intermédiaire. Sur l'ensemble de ces secteurs, l'idée est d'encadrer le nombre d'enseignes par support et par activité (nombre d'enseignes murales, nombre d'enseignes scellées au sol par activité), la dimension et notamment tout ce qui est enseigne sur façade et les dispositifs scellés au sol. Je rappelle que les enseignes scellées au sol sont autorisées jusqu'à 12 m² sur la majorité du Territoire. L'objectif est de réduire aussi ces formats. Une attention est également portée sur la hauteur des enseignes sur toiture, puisque la règle nationale est assez souple à ce sujet. L'idée est d'encadrer. Il s'agit notamment de ne pas dépasser le faîtage du toit.

Un point est essentiel : la mutualisation des dispositifs, notamment dès lors que plusieurs activités occupent une même unité foncière. Au lieu d'avoir pour chacune une enseigne scellée au sol de grand format, l'idée est de mutualiser sur un seul dispositif, type totem, pour afficher le nom de chacune des activités. Vous avez un petit schéma pour préciser le type de dispositions que l'on pourra rencontrer. Je ne les détaille pas toutes aujourd'hui puisque ce travail est encore en cours. L'idée est la hauteur des enseignes sur toiture, le nombre d'enseignes par façade et tout ce qui est enseigne perpendiculaire, type potence ou drapeau, qui ont vocation à être encadrées pour harmoniser toute la perception que l'on peut avoir dans les rues des centres-villes notamment.

Je continue sur l'échéance d'application du RLP, pour vous préciser les choses. Les dispositifs aujourd'hui déjà en place sur le Territoire auront un délai de mise en conformité à partir de l'approbation du RLP intercommunal. La loi définit ces échéances. Le délai de mise en conformité avec ce nouveau document est de 2 ans pour la publicité et les pré-enseignes et de 6 ans pour les enseignes. Tous les nouveaux dispositifs qui ont vocation à s'implanter devront directement se mettre en conformité avec le RLP intercommunal.

Le dernier point porte sur les régimes d'autorisation et de déclaration. Je précise que tout ce qui est publicité sur bâche, publicité numérique, dispositif de dimension exceptionnelle et toutes les enseignes sont soumis à autorisation du maire. Les publicités et les pré-enseignes, que j'ai détaillées tout à l'heure, notamment la publicité murale et la publicité scellée au sol, font l'objet d'une déclaration en mairie.

Monsieur GUEREL.- Merci beaucoup, Elodie, pour cette synthèse. Y a-t-il des questions ? La présentation devait être claire. Monsieur Chopin, je vous propose de conclure.

Monsieur CHOPIN.- Il n'y a pas d'administré de Plan-de-Cuques, de Septèmes-les-Vallons ou d'Allauch qui ait une dernière question à poser avant que je conclue ?

Monsieur MAGROT.- Tout ceci va me faire perdre combien d'argent ? Si j'ai 4 panneaux 4x3 dans mon jardin, combien vais-je perdre ? On sera confronté à des problèmes de ce genre. On va avoir à les gérer.

Monsieur CHOPIN.- Oui, ce sujet a été évoqué notamment avec la commune de Marseille, qui rencontre aussi ce problème économique et social. Cette question me permet d'ajouter un élément. Lors des réunions du groupe de travail, les élus se sont mis d'accord avec les techniciens pour que l'on exerce tous, élus ou techniciens, notre devoir de conseil, notamment envers les commerçants qui seraient amenés à s'installer. Pour les anciens, il s'agit surtout de les rassurer sur les délais réglementaires de mise en conformité, qui sont de 2 ans pour la publicité et de 6 ans pour les enseignes.

Monsieur MAGROT.- De plus, on a peut-être intérêt à faire attention maintenant, dans cette phase entre-deux. A priori, on ne peut pas le faire, mais il faut que l'on fasse jouer notre rôle de conseil dès maintenant, avant même que les choses soient opposables. Il faut en tout cas que l'on conseille et peut-être même qu'on l'écrive, dans certains cas. On va peut-être avoir des cas.

Monsieur CHOPIN.- C'est tout à fait l'objet de ce que nous avons dit lors des groupes de travail. Nous acterons ce devoir de conseil à partir du moment où le document sera finalisé par la conférence intercommunale des maires. On aura alors un document ficelé et qui subira certainement peu d'évolutions à l'avenir. Le document sera parlant et on pourra renseigner les demandeurs, que ce soient les anciens ou les nouveaux, sur les nouvelles dispositions. Pour les anciens, il s'agit de les rassurer sur les délais de mise en conformité. Pour les nouveaux, il s'agit de les informer s'ils ont un investissement à réaliser, de façon à ne pas le faire à perte. Cela va peut-être nous faciliter les choses. Vous n'avez pas d'autres questions ? Non.

Il me revient de clore la séance. Je remercie le public qui est venu, les élus et les techniciens. C'est la dernière réunion publique que je préside. Je remercie les techniciens de la Métropole, qui ont travaillé sur la tenue de toutes ces réunions, le cabinet Even Conseil, car Elodie a fait un travail remarquable, le cabinet de communication, qui a joué son rôle pour ces réunions publiques pour qu'elles se déroulent de façon harmonieuse et pour que les différentes personnes puissent prendre la parole sans tumulte. Je remercie aussi notre fidèle sténotypiste, qui a à transcrire tous nos propos. Je rappelle que toutes les questions qui ont été posées ici ou là seront prises en compte et seront consignées sous forme de procès-verbal. La Métropole y répondra de façon à affiner son document. Merci à tous. Je vous souhaite de joyeuses fêtes. Bravo à Allauch, qui nous a reçus. On est obligé de passer par ces magnifiques ronds-points très bien illuminés. C'est de qualité. Je tenais à le dire.

La séance est levée à 19 heures 28.

Monsieur Alain CHOPIN