

# EXTRAIT DES REGISTRES DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

*Séance du 15 Décembre 2003*

PRESIDENCE DE MONSIEUR Jean-Claude GAUDIN, Maire de Marseille, Sénateur des Bouches-du-Rhône.

L'Assemblée formée, Monsieur le Maire a ouvert la séance à laquelle ont été présents \_\_\_\_\_ membres.

**03/1167/EFAG**

**DIRECTION GENERALE DES SERVICES A LA POPULATION - DIRECTION DES EMBLEMES -  
Approbation du projet de modification du Règlement Local de Publicité à Marseille.**

03-9118-EMP

- o -

Monsieur le Maire, sur la proposition de Madame l'Adjointe déléguée aux Emplacements Publics, aux Marchés Alimentaires et Forains, et aux Foires et Kermesses, soumet au Conseil Municipal le rapport suivant :

Le règlement local de publicité actuellement en vigueur a plus de quinze ans. Il fut adopté par le Conseil municipal du 26 juin 1987 et mis en application par arrêté municipal du 31 juillet 1987.

Bien que ce document ait permis de poser des règles à l'échelle communale il ne répond plus depuis une dizaine d'années aux impératifs du cadre de vie dont le besoin est tel que de nombreux textes législatifs ont pris en compte cette notion. Parmi les textes essentiels, il convient de rappeler la loi « Paysages » du 8 janvier 1993 sur la protection et la mise en valeur des paysages, la loi « BARNIER » du 2 février 1995 sur le renforcement de la protection de l'environnement, le Code de l'Environnement (ordonnance du 18 septembre 2000).

La réglementation de l'affichage ne pouvant plus se tenir à l'écart des principes paysagers qui marquent désormais les règles de l'urbanisme, il devenait nécessaire d'envisager pour l'ensemble du territoire communal une modification de la réglementation locale de la publicité qui concerne également les enseignes.

Il convient de préciser que le principe de modifier le règlement local de publicité avait été retenu dès 1990, par délibération n°90/389/AG du 11 juillet 1990, mais il était essentiel de mettre préalablement en adéquation la réglementation sur la publicité avec tous les projets d'urbanisme qui ont abouti entre autres à la création de quatre ZPPAUP et l'adoption du nouveau P.O.S.

Un travail a donc été entrepris en partenariat d'une part avec les directions et services de la Ville et de l'Etat, compétents en matière d'urbanisme, de protection et de valorisation du patrimoine (Direction Générale de l'Urbanisme et de l'Habitat de la Ville, Atelier du Patrimoine de la Ville, Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine, notamment à l'occasion des réunions de travail sur les ZPPAUP), d'autre part avec les représentants des professions de l'affichage et de l'enseigne.

Cette concertation a permis dans le cadre du groupe de travail, chargé d'élaborer la réglementation sur la publicité, d'intégrer des principes d'urbanisme et de cadre de vie dans le nouveau projet qui est soumis.

Celui-ci se caractérise par des dispositions d'ordre homogène en terme de zonage et par des mesures en matière d'esthétique paysagère.

#### I – Homogénéité en terme de zonage :

1. Suppression des deux zones de publicité élargie, présentes dans le règlement du 31 juillet 1987, au profit de zones de publicité restreinte uniquement, ce qui permettra de soumettre toutes les enseignes à autorisation préalable du Maire, certaines de ces installations étant particulièrement mal intégrées aux bâtis.
2. Introduction d'une zone interdite à la publicité (ZPRO) qui correspond à la ZPPAUP « Panier ».
3. Mise en place d'une grande zone de publicité restreinte n°1, regroupant le Centre Ville, les quartiers résidentiels ou pittoresques du Centre Sud de Marseille, les trois ZPPAUP (Belsunce, Chapitre – Noailles – Canebière – Opéra – Thiers, République – Joliette).
4. création d'espaces de transition entre des zones très protégées et des zones plus permissives :
  - Protection des abords des espaces boisés classés (transition minimale entre l'interdiction de publicité dans les espaces boisés classés et la zone située à proximité de ces espaces).
  - Extension de la ZPR2 – noyaux villageois ou zones de tranquillité -. Malgré leur nombre déjà important, il est proposé d'en accroître les limites.

Cette mesure se justifie par le fait qui convenait de prendre en compte le développement de l'habitat au profit de certains de ces « quartiers » pour lesquels le nouveau zonage du P.O.S. a pour vocation d'assurer le développement et la gestion des espaces de transition entre les tissus centraux (cœur des noyaux villageois) et les tissus périphériques, moins denses.

5. Introduction d'une zone – ZPR3 – permettant de protéger certains sites touristiques, pittoresques, ou en évolution, peu préservés actuellement au regard des règles applicables à la publicité. Création de trois sous zones concernant le littoral du Nord au Sud de la rade et les Calanques, la ZPR3A (Sud du bord de mer et Calanques), ZPR3B (balnéaire et urbaine), ZPR3C (portuaire, Nord du bord de mer) et deux sous zones relatives à des sites en évolution qu'il convient d'ores et déjà de maîtriser en amont : la ZAC de Château-Gombert et le Boulevard Urbain Sud.

Concernant le littoral, la première sous zone interdit toute publicité de part et d'autre de la voie sur toute la profondeur de chaque propriété, la seconde ne permet l'apposition de publicité que sous forme de dispositifs muraux, de manière limitée, la dernière autorisant la publicité murale et scellée avec des règles très rigoureuses pour les linéaires d'unité foncière inférieurs à 50 mètres et des règles de densité et d'interdistance pour des linéaires supérieurs à 50 mètres. Il convient donc de noter que ces dernières règles relatives au littoral Nord du bord de mer peu protégé dans le zonage de 1987, seront beaucoup plus contraignantes dans le projet actuel.

Pour ce qui concerne la ZAC de Château-Gombert et le Boulevard Urbain Sud les orientations du POS et notamment le souci de respecter un environnement paysager de qualité ont été pris en compte dans le projet de règlement de publicité (projet de parc de la ZAC du Technopôle de Château-Gombert, importance accordée au végétal le long des voies nouvelles comme celle du BUS).

6. Dispositions spécifiques à la publicité lumineuse.

Elles concernent essentiellement la publicité lumineuse sur toiture, actuellement soumise au régime de droit commun et non intégrée dans un zonage.

Il est proposé d'interdire cette forme de publicité dans toutes les zones, à l'exception de la zone de publicité restreinte la moins rigoureuse, la ZPR 4, dans laquelle la publicité lumineuse sera toutefois soumise à autorisation préalable du Maire (régime général institué par la loi de 1979 sur la publicité).

II – Par des dispositions en matière d'esthétique paysagère :

1. Libérer le paysage de la surdensité publicitaire

Le parc publicitaire en 2003, est d'environ 5400 dispositifs, répartis en publicités murales ou scellées au sol, sur l'ensemble du territoire communal. La densité de ce parc a contribué à donner une image particulièrement agressive de la publicité, dans son rapport au cadre de vie.

Les mesures proposées pour alléger ce parc sont les suivantes :

- Dédensification à proximité des ronds-points, saturés de publicité.

▪ Suppression des dispositifs scellés au sol placés en « V », ou en « trièdre ». L'existence de ce type de supports présente un impact au sol considérable, d'autant plus que ces derniers ont été longtemps accompagnés de passerelles comparables à de véritables constructions.

Les passerelles quant à elles ne pouvant être interdites en raison des règles imposées par la législation du travail, il est prévu d'en limiter l'importance et d'imposer un minimum d'harmonisation par rapport à leur environnement immédiat.

- Renforcement des règles de densité pour les dispositifs muraux comme pour les scellés au sol, dans toutes les zones de publicité.

Dans les zones de publicité restreinte les moins sévères, des règles de distance entre dispositifs par linéaires d'unité foncière, viendront en outre s'ajouter aux règles de densité précitées.

- Harmoniser les enseignes, notamment avec le bâti qui leur sert de support.

Comme évoqué précédemment, toutes les enseignes seront soumises à autorisation, le territoire communal ne comprenant que des zones de publicité restreinte.

Les prescriptions des ZPPAUP sur les enseignes ont largement inspiré celles du présent projet de règlement que l'on retrouvera dans les zones où le bâti est particulièrement dense (hypercentre, notamment).

Enfin dans la majorité des zones du futur règlement, certains types d'enseignes seront proscrits : enseignes sur toitures, enseignes scellées au sol, enseignes en caisson superposées, installations de nature à défigurer l'ensemble du bâti et de ses abords.

L'application de ce règlement devrait permettre d'une part de réduire le parc publicitaire de plus de 30%, d'autre part de mieux intégrer tous les dispositifs, publicités et enseignes, au paysage urbain.

Ce projet de règlement a été approuvé en Commission Départementale des Sites siégeant en formation Publicité, le 6 novembre 2003.

Telles sont les raisons qui nous incitent à proposer au Conseil Municipal de prendre la délibération ci-après :

**LE CONSEIL MUNICIPAL DE MARSEILLE  
VU LE CODE GENERAL DES COLLECTIVITES TERRITORIALES  
VU LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT ET NOTAMMENT SES ARTICLES L.581-1  
ET SUIVANTS  
VU LE DECRET N°80-923 DU 21 NOVEMBRE 1980 PORTANT REGLEMENT  
NATIONAL DE LA PUBLICITE EN AGGLOMERATION MODIFIE PAR LE DECRET  
N°96-946 DU 24 OCTOBRE 1996  
VU L'AVIS FAVORABLE DE LA COMMISSION DE SITES DU 6 NOVEMBRE 2003  
SUR LA PROPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL CONSTITUE PAR ARRETE  
PREFECTORAL DU 4 NOVEMBRE 1999 MODIFIE PAR ARRETE PREFECTORAL  
DU 11 DECEMBRE 2001, ET CHARGE D'ELABORER LE NOUVEAU PROJET DE  
REGLEMENTATION DE LA PUBLICITE  
OUI LE RAPPORT CI-DESSUS**

**DELIBERE**

**ARTICLE 1** Le règlement local sur la publicité, les enseignes et pré enseignes de la Ville de Marseille, ci-annexé, est adopté.

**ARTICLE 2** Monsieur le Maire ou son représentant est autorisé à mettre en vigueur ce règlement par arrêté municipal.

**Vu et présenté pour son enrôlement  
à une séance du Conseil Municipal  
MADAME L'ADJOINTE DÉLÉGUÉE AUX  
EMPLACEMENTS PUBLICS, AUX MARCHÉS  
ALIMENTAIRES ET FORAINS, ET AUX FOIRES  
ET KERMESSES  
Signé : Martine VASSAL**

Le Conseiller rapporteur de la Commission ECONOMIE, FINANCES ET ADMINISTRATION GENERALE demande au Conseil Municipal d'accepter les conclusions sus-exposées et de les convertir en délibération.

Cette proposition mise aux voix est adoptée.

**Certifié conforme  
LE MAIRE DE MARSEILLE  
SENATEUR DES BOUCHES-DU-RHONE**

**Jean-Claude GAUDIN**