

CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVÉ

ENQUÊTE PUBLIQUE

relative au

PROJET D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL DU PAYS DE MARTIGUES

suyant

ARRÊTÉ N° 24/101/CM DE MADAME LA PRÉSIDENTE
DE LA MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

en date du

07 MARS 2024

Enquête ouverte du 02 avril 2024 au 03 mai 2024 inclus.

YANN LE GOFF ARCHITECTE DPLG - COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

-
- Le Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de MARTIGUES est caduc depuis le 13/07/2022. Depuis cette date c'est le Règlement National de Publicité (RNP) qui s'applique.

Les trois communes du pays de MARTIGUES, PORT-DE-BOUC, SAINT-MITRE-LES-REMPARTS et MARTIGUES, ont décidé de se doter d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RPLi) à l'occasion du conseil de territoire qui s'est tenu le 15/09/2020. L'élaboration du RPLi à l'échelle du Territoire du Pays de MARTIGUES a été prescrit lors de la tenue du conseil de la Métropole du 15/10/2020.

Le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal a été arrêté lors de la tenue du Conseil de la Métropole AIX-MARSEILLE-PROVENCE du 12/10/2023. C'est ce projet qui fait l'objet de la présente enquête publique.

- Les objectifs du RPLi ont été clairement exposés dès la délibération du conseil de la Métropole AIX-MARSEILLE-PROVENCE du 15/10/2020 qui prescrit son élaboration.

Ces objectifs ont été affinés dans la phase de concertation menée auprès du public par la Métropole en collaboration avec les trois communes concernées. Ils ont été ensuite fidèlement retranscrits dans le projet de RPLi soumis à l'enquête publique.

- Le projet a recueilli les avis favorables de toutes les Personnes Publiques Associées assortis de quelques réserves et de nombreuses recommandations.

Lors de l'enquête publique, les observations ont été portées exclusivement par des personnes insatisfaites par le projet et qui ont toutes souhaité des modifications du règlement.

Considérant,

- La qualité du projet de RPLi du Pays de MARTIGUES et les avis favorables formulés par les Personnes Publiques Associées,
- Les réserves émises par ces mêmes Personnes Publiques Associées portant principalement sur la limitation de la publicité en secteur protégé, et l'amélioration des règles applicables aux enseignes en secteurs protégés,

- La prise en compte de certaines observations de la DDTM dans le projet présenté à l'enquête publique (parcelle n°0410 en limite du tracé du périmètre délimité des abords de MARTIGUES - actualisation des arrêtés communaux fixant les limites d'agglomération),
- Les observations émises à l'occasion de l'enquête publique portées par des personnes qui s'estiment lésées par les dispositions du RLPi du Pays de Martigues, et le constat que la plupart de leur demandes ne peuvent être satisfaites dans la mesure où elles sont en contradiction avec les objectifs assignés au RLPi du Pays de MARTIGUES,
- Les réponses de la Métropole à ces observations ainsi qu'à celles qui ont été formulées par le commissaire enquêteur,
- La clarté de l'engagement de la Métropole et des trois communes en faveur du respect des paysages naturels et urbains, mais aussi de la garantie de l'expression de la communication publicitaire,
- La reconnaissance de la qualité environnementale de ce RLPi qui fait partie des lauréats de l'appel à projets RLPi (édition 2023) lancée par le Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires,

Mon avis sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal du Pays de MARTIGUES est favorable sous réserve que :

- 1 La rédaction de l'article P.2.5 soit reprise en distinguant deux secteurs concernant la publicité sur les abris voyageurs :
 - Le premier où leur autorisation est soumise à l'avis conforme de l'ABF (périmètre délimité des abords dans le centre de MARTIGUES et servitudes de protection des monuments historiques),
 - Le second où la publicité sur abri voyageur pourra être autorisée à la condition que ce dernier ne soit pas en covisibilité avec le littoral.
- 2 La rédaction du règlement prenne en compte l'observation émise par la DDTM dans les remarques détaillées relatives au projet de RLPi annexées à l'Avis après arrêt de l'État et concernant les enseignes en secteurs patrimoniaux :
 - L'article E.1.2 concernant les enseignes en façade à plat doit préciser que leur nombre est limité à deux le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'établissement. Leur lettrage est à encadrer : hauteur maximale de 0,50 peint ou en lettres découpées, éclairé indirectement (rétro-éclairage ou projecteurs discrets). La dernière phrase de l'article est à compléter par la formule "...et harmonieuse dans le site".
 - L'article E.1.3 concernant les enseignes en façade perpendiculaires doit préciser que l'épaisseur de ce type d'enseigne est limitée à 0,10 m.

Par ailleurs, mes recommandations portent sur les points suivants :

- 1 Prendre en compte les quatre observations portées par la DDTM dans les remarques détaillées relatives au projet de RLPi et concernant le “champ d’application matériel” traité au chapitre 1 du rapport de présentation.
- 2 Prendre en compte les deux observations portées par la DDTM dans les remarques détaillées relatives au projet de RLPi et concernant le “pouvoir de police” traité au chapitre 3 du rapport de présentation.
- 3 Intégrer dans le glossaire les trois modifications suggérées par la DDTM dans les remarques détaillées relatives au projet de RLPi annexées à l’Avis après arrêt de l’État.
- 4 Prendre en compte la demande formulée par le SNPE d’autoriser l’implantation d’un dispositif publicitaire lorsque le linéaire d’une unité foncière est inférieur à 30 mètres, à condition qu’il soit mural.
- 5 Prendre en compte la demande formulée par le Syndicat National de la Publicité Extérieure de supprimer la règle d’interdistance et de covisibilité de la publicité numérique en zone P3 au motif qu’elle contient une erreur de droit. Si cette erreur est confirmée après évaluation de la légalité de l’article P.3.7, il conviendra de revenir à une règle de densité basée sur le linéaire de l’unité foncière.
- 6 Étudier la possibilité d’assouplir l’obligation du pied unique pour les dispositifs publicitaires scellés au sol d’une surface supérieure ou égale à 2 m2 sous réserve d’une bonne insertion dans leur environnement.
- 7 Rectifier la couleur du site classé “Canal Saint-Sébastien, Miroir aux Oiseaux et quai Brescond” sur la carte du patrimoine naturel figurant à la page 21 du Rapport de présentation et qui ne correspond pas à celle de la légende pour les sites classés.
- 8 Préciser à l’article P.D des dispositions générales applicables à la publicité que les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont des dispositifs publicitaires.

Fait à Marseille, le 3 juin 2024

le Commissaire Enquêteur soussigné, désigné pour ce que de droit

Yann LE GOFF