

MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

TERRITOIRE DE MARSEILLE-PROVENCE

RAPPORT

**ENQUÊTE PUBLIQUE PORTANT SUR
LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL
DU TERRITOIRE DE MARSEILLE-PROVENCE**

Du jeudi 16 septembre 2021 au lundi 18 octobre 2021

Commission d'enquête

(décision du Tribunal Administratif de Marseille N° E2100041/13)

Président : Jacques RETUR

Membres : François COLETTI

Brigitte HERUBEL

SOMMAIRE

I. CADRE GÉNÉRAL DE L'ENQUÊTE

I-1. Le cadre juridique

- I-1-1. Règlement National de Publicité (RNP), Règlement Local de Publicité (RLP) et Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) Page 1
- I-1-2. Enquête publique Page 3

I-2. Le projet soumis à enquête publique

- I-2-1. Contexte territorial Page 4
- I-2-2. Situation actuelle de la publicité Page 5
- I-2-3. Objectifs et orientations du projet Page 6
- I-2-4. Le zonage retenu Page 8
- I-2-5. Les étapes (délibération initiale, concertation publique, délibération finale, arrêté, consultation des PPA) Page 9
- I-2-6. La composition du dossier Page 11
- I-2-7. Avis de la commission d'enquête sur le dossier Page 13
- I-2-8. Les avis des PPA et contributions des professionnels avant l'enquête Page 13

II. L'ENQUÊTE PUBLIQUE

II-1. Organisation de l'enquête

- II-1-1. Désignation des membres de la commission d'enquête Page 18
- II-1-2. Réunions avec la Métropole Page 18
- II-1-3. Visite des lieux Page 22
- II-1-4. Information du public (presse, affichage, voie électronique) Page 22

II-2. Déroulement de l'enquête

- II-2-1. Les permanences Page 21
- II-2-2. Réunions avec la Métropole Page 22
- II-2-3. Climat de l'enquête Page 23

- II-3. Clôture de l'enquête Page 23

III. LES OBSERVATIONS

- III-1. Le procès-verbal de synthèse des observations Page 23
- III-2. Le mémoire en réponse Page 23

IV. ANNEXES

IV-1. Panneaux didactiques proposés dans le cadre de la concertation préalable	Page 25
IV-2. Annonces presse	Page 26
IV-3. Avis d'enquête	Page 31
IV-4. Procès-verbal de synthèse des observations	Page 32
IV-5. Accusé de réception du procès-verbal de synthèse des Observations	Page 49
IV-5. Mémoire en réponse du Territoire Marseille-Provence au procès-verbal de synthèse des observations	Page 50

I- CADRE GÉNÉRAL DE L'ENQUÊTE

I.1- Le Cadre juridique

I.1.1- Règlement National de Publicité (RNP), Règlement Local de Publicité (RLP) et Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, pré-enseignes et enseignes, qui a succédé à celle de 1943, permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales (Règlement Local de Publicité - RLP). Par l'ordonnance du 18 septembre 2000, elle constitue dans le Code de l'Environnement, livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances », le chapitre premier du titre II Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45).

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (dite Grenelle 2), qui privilégie l'échelon intercommunal pour les RLP (Règlement Local de Publicité intercommunal - RLPi), le décret ministériel n°2012-118 du 30 janvier 2012 (entré en vigueur le 1er juillet 2012), a réformé cette partie du Code, pour protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de supports publicitaires nouveaux (réduction des formats des dispositifs muraux en fonction de la taille des agglomérations, institution d'une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique, encadrement de la publicité lumineuse, en particulier numérique, et de la publicité sur bâches).

Le Règlement Local de Publicité (RLP) ou le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document qui régit, depuis la réforme de 2012, de manière plus restrictive que la règle nationale (sauf exceptions à l'article L151-8 du Code de l'Environnement) la publicité, les préenseignes et les enseignes sur une commune. Il permet de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles. L'objectif des RLP est de concilier protection et valorisation du cadre de vie avec la nécessité de garantir la liberté d'expression et d'affichage.

Il y a trois dispositifs publicitaires concernés par le RLP, dont les définitions sont données à l'article L581-3 du Code de l'Environnement :

- l'enseigne (installée sur la façade commerciale ou sur l'unité foncière du lieu d'activité concerné) : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;
- la publicité (à distance du lieu de l'activité ou de l'événement) : toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention ;
- la préenseigne (à distance du lieu de l'activité ou de l'événement) : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Chaque type de dispositif est scindé en sous-catégories (publicité lumineuse ou non, murale, scellée au sol, mobilier urbain, bâches, enseignes et préenseignes temporaires,...).

Les supports de ces dispositifs sont visibles des voies ouvertes à la circulation publique (voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif). Les dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

Les dispositions réglementaires sont variées :

- interdictions (hors agglomération, sur les immeubles classés, sur les arbres, ...) ;
- surface ;
- hauteur du support ;
- densité (fonction de la longueur de l'unité foncière) ;
- possibilité ou non d'accoler 2 supports ;
- prescriptions pour les préenseignes dérogatoires
- ...

et ils sont fonction du nombre d'habitants de l'agglomération (plus ou moins de 10 000 habitants) ou de l'unité urbaine (plus de 800 000 habitants, plus ou moins de 100 000 habitants). L'agglomération est définie par l'article R 110-2 du Code de la Route (espace sur lequel sont situés des immeubles bâtis rapprochés dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux VILLE. L'unité urbaine est une commune ou ensemble de communes présentant une zone de bâti continu - pas de coupure de plus de 200 m entre 2 constructions - qui compte au moins 2000 habitants.

Il est indiqué à l'article L581-14-1 du Code de l'Environnement que le RLP (qui est un document de planification de l'affichage sur le territoire communal) est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration du Plan Local d'Urbanisme (PLU), et une fois approuvé il est annexé au PLU.

Le Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) du PLU contient des orientations à prendre en compte dans les choix relatifs au RLPi : protection des paysages, valorisation des entrées de ville ou espaces publics, développement économique (engendrant des besoins en matière de signalétiques, ...).

Le RLP est donc désormais élaboré selon les règles fixées pour l'élaboration du PLU et annexé à ce dernier.

Concernant les formalités préalables, il existe 2 régimes : la déclaration ou l'autorisation préalable (par exemple pour les bâches publicitaires, les publicités de dimensions exceptionnelles lors des manifestations temporaires, ainsi que d'autres dispositifs énumérés par l'article L.581-9 du code de l'environnement) délivrée par l'autorité compétente en matière de police (le maire ou le préfet).

Chaque maire disposera sur sa commune du pouvoir de police de la publicité. Il reçoit les déclarations préalables pour certains dispositifs et délivre les autorisations pour

d'autres (autorisation assujettie à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France - ABF - lorsque le projet se situe dans le périmètre des abords d'un monument historique ou sur ce monument, à l'accord du Préfet de région lorsque le projet se situe dans un site classé ou en cœur de parc national). Trois types de sanctions sont prévus, qui peuvent se superposer (amende préfectorale, arrêté de mise en demeure de suppression ou de mise en conformité du dispositif avec éventuellement exécution d'office des travaux de remise en état, sanctions pénales placées sous l'autorité du Procureur de la République).

Les communes peuvent percevoir la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) par une délibération du conseil municipal prise avant le 1er juillet de l'année d'imposition, due par l'exploitant du dispositif, le propriétaire ou celui dans l'intérêt duquel le dispositif a été réalisé. La réglementation est présentée dans le Code général des collectivités territoriales (CGCT) aux articles L.2333-6 à L.2333-15 et aux articles R.2333-10 à R.2333-17. Les tarifs maximaux de droit commun figurent à l'article L.2333-9.

I.1.2- Enquête Publique

Pour le RLP (RLPi), comme pour le PLU (PLUi), le Maire (ou le Président de l'établissement public de coopération intercommunale) peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

Une concertation préalable du public sur le projet de RLP (RLPi) est organisée.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites (CDNPS). Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

Le projet comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (art. R.581-72 du Code de l'Environnement) :

- le rapport de présentation : s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (art. R.581-73) ;
- la partie réglementaire : comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10 ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-66 et R.581-77 et les dérogations prévues par l'alinéa I de l'article L.581-8.

Qu'il s'agisse d'une enquête unique menée en même temps que le projet d'élaboration ou de modification du document d'urbanisme ou d'une enquête spécifique ne portant que sur le RLP, il s'agit d'une enquête environnementale qui suit la procédure du Code de l'Environnement (art. L.123-1 à L.123-18 et R.123-1 à R.123-27) et le commissaire

enquêteur doit respecter les droits et devoirs que lui impose ce code. Il peut notamment décider de prolonger l'enquête en cours pour une durée maximum de 15 jours et d'organiser une réunion d'information et d'échange s'il l'estime nécessaire. Mais il doit également, à l'issue de l'enquête, élaborer un procès-verbal de synthèse des observations recueillies et remettre un mois après la fin de l'enquête un rapport et des conclusions motivées sur le projet de RLP qui a été soumis à enquête publique.

L'autorité organisatrice de l'enquête, qui est aussi l'autorité décisionnaire, est le Maire (la Métropole).

I.2- Le projet soumis à Enquête Publique

I.2.1- Contexte territorial

Comme l'article L134-12 du Code de l'Urbanisme prévoit que la Métropole d'Aix-Marseille-Provence élabore, dans le cadre de ses conseils de Territoire, plusieurs PLUi (le périmètre de chacun de ces plans couvrant un territoire de la Métropole), il y aura donc pour la Métropole 6 RLPi. La compétence Planification Urbaine ayant été transférée à la Métropole Aix-Marseille-Provence, les 18 communes du Conseil du Territoire Marseille Provence ont lancé l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal.

La Métropole d'Aix-Marseille-Provence (3ème aire urbaine métropolitaine française, derrière Paris et Lyon) compte au recensement de 2014 près de 1,8 million d'habitants, répartis sur 6 Territoires (92 communes).

Le territoire de Marseille Provence compte plus de la moitié des habitants (ha) de la Métropole (1 064 919 ha au 1er janvier 2017) répartis dans 18 communes : Marseille (866 000 ha), 6 de plus de 10 000 ha (La Ciotat, Marignane, Allauch, Châteauneuf-les-Martigues, Septèmes-les-Vallons et Plan-de-Cuques) et 11 de moins de 10 000 ha (Gignac-la-Nerthe, Sausset-les-Pins, Cassis, Carnoux-en-Provence, Saint-Victoret, Gémenos, Carry-le-Rouet, Ensues-la-Redonne, Roquefort-la-Bédoule, Le Rove et Ceyreste).

Ces communes sont regroupées dans trois bassins de vie : bassin Ouest (8 communes : Carry-le-Rouet, Châteauneuf-les-Martigues, Ensues-la-Redonne, Gignac-la-Nerthe, Le Rove, Marignane, Saint-Victoret et Sausset-les-Pins) ; bassin Centre (4 communes : Allauch, Marseille, Plan-de-Cuques et Septèmes-les-Vallons) ; bassin Est (6 communes : Carnoux-en-Provence, Cassis, Ceyreste, Gémenos, La Ciotat et Roquefort-la-Bédoule).

Ces communes relèvent de 3 unités urbaines : unité de Marseille, de plus de 800 000 ha, (Allauch, Châteauneuf-les-Martigues, Gemenos, Gignac-la-Nerthe, Marignane, Marseille, Plan-de-Cuques Saint-Victoret et Septèmes-les-Vallons) ; unité de Toulon, moins de 800 000 ha et plus de 100 000 ha (Ceyreste et La Ciotat) ; unité formée par Carry-le-Rouet et Ensues-la-Redonne, de moins de 10 000 ha ; les 5 autres communes sont des « communes isolées » au sens de l'INSEE (Carnoux-en-Provence, Cassis, Ensues-la-Redonne, Le Rove et Roquefort-la-Bédoule).

Il y a 44 agglomérations (urbaines, périurbaines, « villageoises ») sur le territoire.

On y trouve également : un cœur et une aire d'adhésion du Parc National des Calanques et le parc Naturel Régional de la Sainte-Baume ; 11 sites classés et 18 sites inscrits ; 5 sites patrimoniaux remarquables à Marseille ; 118 monuments historiques classés ou inscrits ; 9 sites Natura 2000 ; des secteurs non agglomérés ; l'emprise de l'aéroport Marseille-Provence.

Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicables à l'aire d'adhésion d'un parc national mentionnées au 2° du I de l'article L. 331-3.

La Métropole Aix-Marseille Provence est concernée par la charte du Parc National des Calanques (communes de Marseille, Cassis et la Ciotat).

Les orientations du RLPi devront être compatibles avec les cinq grands défis définis dans la charte du Parc :

- Considérer les espaces marins et terrestres comme un seul territoire interdépendant ;
- Permettre la bonne coexistence de la métropole et de l'espace naturel exceptionnel ;
- Inscrire les usages dans le développement durable ;
- Réduire le risque incendie ;
- Faire perdurer dans le temps un territoire de qualité.

La Métropole Aix-Marseille Provence est également concernée par la charte du Parc Naturel Régional de la Sainte-Baume (une partie de la commune de Gémenos s'inscrivant dans le périmètre de ce Parc).

Les dispositions du RLPi doivent être compatibles avec la charte en vigueur et ses quatre grandes ambitions :

- Préserver le caractère de la Sainte-Baume, protéger et mettre en valeur le patrimoine naturel et les paysages ;
- Orienter le territoire de la Sainte-Baume vers un aménagement exemplaire et durable ;
- Fédérer et dynamiser le territoire par un développement économique respectueux de l'identité du territoire et de la valorisation durable de ses ressources ;
- Valoriser la richesse culturelle du territoire et renforcer le vivre et le faire ensemble.

I.2.2- Situation actuelle de la publicité

7 communes de ce Territoire avaient élaboré un RLP (Marignane en 1993, Sausset-les-Pins et Saint-Victoret en 1994, Gémenos en 1995, Plan-de-Cuques en 1997, Allauch en 1998 et Marseille en 2003). Ces règlements seront caducs le 12 juillet 2022.

Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur du RLPi et qui n'y sont pas conformes peuvent être maintenues 2 ans maximum ; pour les enseignes le délai est de 6 ans.

Un inventaire des dispositifs existants dans toutes les communes a permis notamment de voir les dispositifs déjà irréguliers par rapport aux lois de 1979 et 2010.

Un bilan des RLP existants a été établi afin d'en analyser les aspects positifs et les insuffisances, et de tirer parti de leur application pour établir le nouveau RLPi.

En conclusion de ce bilan :

- des zones de publicités à ajuster au regard de l'évolution de l'occupation du sol depuis l'approbation des différents RLP ;
- une nécessaire prise en compte des nouvelles règles « maximales » imposées par le décret du 30 janvier 2012 ;
- une nécessité de définir les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses dans les communes appartenant à l'unité urbaine de Marseille ;
- des zones de publicité à redéfinir au regard des nouveaux enjeux du Territoire (développement économique, préservation des paysages, ...).

I-2-3. Objectifs et orientations du projet

Les grands objectifs

- . Garantir un traitement cohérent de la publicité extérieure sur l'ensemble du Territoire.
- . Intégrer les nouvelles dispositions règlementaires aux sept RLP actuellement en vigueur.
- . Préserver, voire améliorer, le cadre de vie en limitant la pollution visuelle.
- . Concilier activités économiques et protection des paysages.
- Prendre en compte les nouveaux procédés de publicité (lumineuse et numérique).

Les orientations

L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal du Territoire Marseille Provence vient naturellement rejoindre la démarche de protection des paysages et du cadre de vie engagée dans le projet de Plan Local d'Urbanisme intercommunal de ce même Territoire.

Le PADD du PLUi du Territoire Marseille-Provence (cf. page 2) contient un certain nombre d'orientations à prendre en compte dans les choix relatifs au Règlement Local de Publicité intercommunal : protection des paysages, valorisation des entrées de ville ou espaces publics, développement économique (engendrant des besoins en matière de signalétique, ...).

Orientation 1 - Conforter l'attractivité du territoire

Les littoraux maritimes et lacustres, les massifs et collines sont des facteurs essentiels d'attractivité parce qu'ils constituent une richesse patrimoniale naturelle.

Des sites majeurs liés au patrimoine, au littoral balnéaire ou aux espaces naturels contribuent ainsi au rayonnement touristique international du Territoire.

Les secteurs de tourisme balnéaire ainsi que les accès vers les différents reliefs constituent des richesses environnementales et paysagères d'exception à préserver.

La consolidation du centre-ville de Marseille comme destination touristique et culturelle d'influence internationale doit être renforcée par la requalification de ses tissus

urbains et la valorisation de son patrimoine.

Le déploiement du projet Euroméditerranée, qui transformera le front de mer sur près de 3 km, en accueillant des activités culturelles, événementielles, de formation, scientifiques, ludiques et tertiaires ainsi qu'une nouvelle gare maritime nécessitera que soit mise en place une communication publicitaire de qualité.

Orientation 2 - Valoriser les paysages porteurs des identités locales

La forte densité de panneaux publicitaires le long des grandes pénétrantes urbaines du Territoire avec une abondance d'éléments visuels engendre une première image peu qualitative en même temps qu'elle réduit la lisibilité des informations présentées.

Une requalification de ces entrées de ville, où s'accumulent panneaux publicitaires et enseignes au sol, est nécessaire.

L'aéroport Marseille Provence ainsi que la façade maritime (le port maritime, le vieux port de Marseille ainsi que les ports des communes voisines) constituent également une porte d'entrée du Territoire à valoriser.

Les centres-villes, centres villageois, noyaux villageois et hameaux, parfois défigurés par l'installation d'enseignes à l'implantation très hétérogène qui n'est pas en harmonie avec l'environnement bâti, doivent faire l'objet d'une attention particulière.

La perception de la présence toujours proche (les cônes de vue) du rivage et des reliefs doit être pérennisée, sans élément perturbateur de vision.

La mise en valeur de plusieurs ensembles urbains du patrimoine bâti, à valeur architecturale, culturelle ou identitaire forte marquant l'espace et l'histoire du Territoire, devra être assurée de façon plus efficace.

Orientation 3 - Améliorer le cadre de vie sur l'ensemble du territoire

Redéfinir une harmonie dans les paysages urbains du quotidien (« ordinaires », mixtes ou à vocation résidentielle) où sont implantés des dispositifs trop diversifiés (publicité, préenseignes, enseignes).

Pérenniser la qualité des espaces de nature de cœurs de ville (parcs paysagers), lieux de détente et de promenade.

Redéfinir les règles d'extinction de l'éclairage publicitaire nocturne qui engendre des consommations énergétiques non négligeables, participe aux émissions de gaz à effet de serre et perturbe le cycle physiologique de certaines espèces animales afin de répondre, notamment, aux objectifs de protection de l'environnement.

Orientation 4 - Assurer la lisibilité des activités économiques et culturelles

Encadrer la densité des dispositifs pour une meilleure lisibilité de l'espace et des activités dans les zones commerciales et pôles commerciaux de proximité.

Pérenniser, en l'encadrant, le rôle des publicités et préenseignes situées à l'écart des zones commerciales, en raison du rôle important qu'elles jouent en tant qu'outils de promotion commerciale ou de signalétique.

Assurer la lisibilité de l'affichage sur mobilier urbain, outil de promotion culturelle, événementielle et institutionnelle concernant souvent des activités s'exerçant dans des lieux où la publicité est interdite.

I-2-4. Le zonage retenu

Le principe général de conception

Le règlement a été conçu dans une recherche d'équilibre global :

- équilibre entre valorisation des paysages et liberté d'expression, conformément à l'article L581-1 du code de l'Environnement : « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes » ;
- équilibre dans les supports autorisés, en évitant une interdiction totale de certains supports (sol, mur, mobilier urbain).

En revanche, dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour réduire de façon significative la densité et encadrer les formats maximum autorisés.

La typologie des zones

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux ou économiques spécifiques. Ces secteurs ont été « zonés » en zones de publicité (ZP) au sein desquelles des règles particulières ont été définies.

Sept zones sont constituées sur le Territoire, chacune, à l'exclusion de la ZP5, comptant plusieurs sous-zones.

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les centres-villes, noyaux villageois et hameaux anciens, présentant chacun des enjeux patrimoniaux spécifiques du fait de leur caractère historique et de leur valeur architecturale.

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les paysages emblématiques des agglomérations et des villages, constitués des littoraux maritimes et lacustres, des massifs et collines représentant une richesse patrimoniale naturelle.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les grandes pénétrantes urbaines du Territoire, ensemble du domaine public et des unités foncières situées de part et d'autre de la chaussée de certains grands axes routiers.

La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les principales zones commerciales et le pôle d'activité du port de Marseille et du site Euroméditerranée.

Une zone spécifique leur est dédiée car c'est dans ces espaces que les dispositions réglementaires vont être les plus souples au regard de leur vocation économique et des besoins spécifiques identifiés.

La zone de publicité n°5 (ZP5) couvre exclusivement le site de l'aéroport Marseille Provence car le Code de l'Environnement définit des règles spécifiques, non souhaitées ailleurs sur le Territoire, applicables aux aéroports recevant plus de 3 millions de

passagers par an. Le RLPi respecte cette spécificité.

La zone de publicité n°6 (ZP6) couvre les parties d'agglomération non concernées par les zonages ZP1 à ZP5, et ZP7.

La zone de publicité n°7 (ZP7) couvre les secteurs d'interdiction stricte de publicité (à l'exception des préenseignes dérogatoires hors agglomération).

I-2-5. Les étapes (délibération initiale, concertation publique, délibération finale, arrêté, consultation des PPA)

Délibération initiale

Le 13 juillet 2017, le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence prescrit l'élaboration du RLPi du Territoire Marseille-Provence définissant les objectifs poursuivis, les modalités de concertation et les modalités de collaboration avec les communes concernées.

Bilan de la concertation publique

Il faut remarquer tout d'abord l'ancienneté relative de la concertation, menée dès 2018, par rapport aux dates de la présente enquête publique. Cela s'explique par un blocage de l'enquête par le Conseil d'État pour des raisons de partage des compétences entre Métropole et Territoires. Le Conseil d'État estimait que le RLPi devait être élaboré à l'échelle de la Métropole. Il a été finalement décidé qu'il serait réalisé au niveau de chacun des 6 Territoires constituant la Métropole d'Aix Marseille, comme les PLUi. Le retard causé par ce blocage a eu pour conséquence le changement d'équipe municipale de certaines communes à la suite des élections de mars 2020. D'où une certaine frustration de nouveaux maires qui estiment qu'ils n'ont pu s'exprimer sur ce Règlement.

Les modalités de la concertation publique ont été établies par la délibération du conseil de Métropole du 13/07/2017. Elles sont résumées ci-dessous :

- dossier de concertation sur le projet mis en ligne sur le site de la Métropole et dans toutes les mairies concernées ;
- expression du public sur les registres dédiés (un par mairie) par lettre ou par courrier électronique ;
- 5 réunions publiques annoncées par voie de presse, qui ont eu lieu en novembre-décembre 2018.

Pour mieux informer le public, des panneaux didactiques à exposer dans les mairies ont été réalisés par la Métropole tout d'abord en phase de diagnostic, puis en phase d'orientation et enfin en phase de règlement (cf. annexe 1).

En outre, des réunions de co-construction du Règlement de Publicité ont eu lieu avec les acteurs du Territoire : professionnels de l'affichage, l'aéroport de Marseille Provence, association Paysages de France, services de l'État et maires de secteur de Marseille.

Résultats quantitatifs

- . Registres : 6 requêtes, toutes déposées au siège de la Métropole.
- . Courriers par voie postale : 1 courrier émanant d'un particulier, une dizaine émanant de sociétés d'affichage, 2 venant de Paysages de France
- . Questions posées par courrier électronique : 37, auxquelles une réponse a été apportée par retour de mail.

Résultats qualitatifs

Ils concernent :

- . **Le format des affiches**, qui devait être limité selon le souhait des élus :
 - à **8 m² encadrement compris** pour les villes dépassant les 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
 - à **4 m² encadrement compris** pour les villes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de 100 000 habitants.

La concertation avec les afficheurs a fait ressortir la difficulté à changer les formats standards de fabrication des affiches et a conduit à étendre les formats à 10,5 et 5,5 m² cadres compris pour des affiches de 8 m² ou 4 m².

- . **L'aéroport de Marseille Provence** : alors que le Règlement National de Publicité autorise les publicités jusqu'à 50 m², le Règlement proposait une limite à 12 m². On transige à 30 m² mais en limitant leur nombre à 3, avec une distance de plus de 20 m entre elles.

De même pour le mobilier urbain, on accepte le format de 4 m² au lieu de 2 m². Quant aux horaires d'extinction nocturne des publicités, ils ont été adaptés aux horaires de fonctionnement de l'aéroport (à 4 h du matin au lieu d'1 h du matin).

- . **Les abords des monuments historiques** : pour répondre à la demande de l'Architecte des Bâtiments de France, une interdiction exceptionnelle de toute publicité dans un rayon de 500 m a été décidée pour 3 monuments de Marseille particulièrement connus : la Cité Radieuse de Le Corbusier, le Monument aux morts de l'armée d'Orient et le château Borély.

De même une interdiction stricte de toute publicité a été décidée dans les Périmètres Délimités des Abords des monuments historiques qui en sont dotés.

Pour les autres monuments, dans les espaces compris entre 100 et 500 m autour des monuments, ce sont les règles de la zone dans laquelle ils se trouvent qui s'appliquent.

- . **Les réponses favorables de la Métropole à une série de demandes mineures** :
 - intégration des prescriptions renforcées pour les enseignes dans l'ensemble des centres-villes et centres-villages, indiquées dans le règlement du Site Patrimonial Remarquable ;
 - autorisation de l'affichage de petit format en site patrimonial ;
 - aucune distance imposée entre deux dispositifs implantés sur le domaine ferroviaire s'ils sont séparés par une voie ferrée, mais 80 m de distance à respecter pour 2 dispositifs implantés du même côté de la voie ferrée.

. La prise en compte des enjeux du changement climatique :

- extinction de la publicité lumineuse de 23 h à 7 h ;
- pour les enseignes numériques, extinction au plus tard 1 h après la fermeture.

Délibération finale

Le 15 avril 2021, le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence a arrêté le bilan de la concertation et le projet de RLPi du Territoire Marseille-Provence.

Arrêté portant ouverture et organisation de l'enquête publique

Par arrêté du 25 mai 2021, le Président du Conseil de Territoire Marseille-Provence a ordonné l'ouverture de l'enquête publique portant sur le projet d'élaboration de Règlement Local de Publicité intercommunal du Territoire Marseille-Provence de la métropole Aix-Marseille-Provence.

Cet arrêté précise les modalités de l'enquête publique dont les principales, en conformité avec les lois et décrets applicables, sont :

- l'objet de l'enquête publique ;
- les dates : du jeudi 16 septembre 2021 au lundi 18 octobre 2021 inclus ;
- le siège de l'enquête : Le Pharo, 58 boulevard Charles Livon, Marseille 7^{ème} ;
- le maître d'ouvrage et l'autorité compétente ;
- les membres de la commission d'enquête ;
- la publicité de l'enquête ;
- les modalités de consultation du dossier d'enquête et de formulation des observations et propositions.

Consultation des PPA (Personnes Publiques Associées)

Conformément à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, la Métropole Aix-Marseille-Provence a transmis le projet de RLPi arrêté aux personnes publiques associées à son élaboration. Les différents avis rendus figurent au dossier soumis à enquête.

I-2-6. La composition du dossier

0. Documents administratifs

0-1. Délibération sur la prescription du RLPi

Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux circonstances locales dans un règlement local de publicité (art. L. 581-14 du Code de l'Environnement).

Le RLP sera donc élaboré à l'échelle intercommunale (article L. 581-14 du Code de l'Environnement).

0-2. Délibération arrêtant les modalités de collaboration avec les communes

Conformément à l'article L. 153-8 du Code de l'Urbanisme, le Règlement Local de Publicité intercommunal a été élaboré « en collaboration avec les communes membres ». Les modalités de cette collaboration ont été arrêtées après avoir réuni une conférence

intercommunale rassemblant, à l'initiative de son président, l'ensemble des maires des communes membres.

Cette collaboration s'est traduite par :

- un groupe de travail fonctionnant tout au long de la procédure ;
- l'avis des conseils municipaux sur le projet arrêté.

0-3. Délibération sur l'arrêt du bilan de la concertation

Acte a été pris que la procédure de concertation s'est déroulée conformément aux dispositions de l'article L.103-2 du Code de l'Urbanisme et selon les modalités définies dans la délibération du Conseil de la Métropole du 13 juillet 2017 n°URB 025-2364/17/CM.

0-4. Délibération sur l'arrêt du Projet

Le Conseil de la Métropole a considéré que l'ensemble des étapes de l'élaboration de ce PLUi avait été respecté et a donc arrêté le Règlement Local de Publicité intercommunal du Territoire Marseille Provence par délibération distincte (15 avril 2021).

1. Rapport de présentation

Présente le contexte dans lequel se situe le Territoire Marseille-Provence, établit un diagnostic et justifie les choix qui ont présidé à la rédaction du projet de RLPi.

Il précise les coordonnées du maître d'ouvrage ou de la personne publique responsable du projet, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet et présente un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet a été retenu.

2. Règlement

Décrit avec précision l'ensemble des dispositions relatives aux zones et secteurs (sous-zones) constitutifs du projet de RLPi.

Il fixe les règles applicables dans les diverses zones du territoire couvert par le RLPi.

3. Annexes

3-1. Documents graphiques

Répartition graphique de l'ensemble du territoire sur 11 planches distinctes (mentionnant notamment les monuments historiques).

3-2. Périmètres concernés par l'article R581-16 du Code de l'Environnement

Au sein desquels l'installation d'une enseigne est soumise à accord de l'ABF (Architecte des Monuments de France) ou du Préfet de région)

3-3. Limites d'agglomération (au sens du code de la route)

Par commune.

3-4. Annexes cartographiques au diagnostic

Reprennent, par commune, les enjeux, l'état des lieux et les périmètres réglementaires spécifiques.

4. Bilan de la concertation

Dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), la concertation a été organisée suivant les modalités établies par la délibération du 13 juillet 2017, en Conseil de Métropole.

5. Arrêté d'ouverture de l'enquête publique

6. Avis des PPA (Personnes Publiques Associées)

I-2-7. Avis de la commission d'enquête sur le dossier

La commission a considéré, à la lecture de l'ensemble des pièces qui composent le dossier, que ce dernier est complet, détaillé, explicite et conforme aux exigences de la réglementation.

Il est convenablement documenté.

Le règlement du RLP est d'une lecture facile et d'une compréhension aisée : il comprend toutes les définitions nécessaires pour bien appréhender les dispositions réglementaires qu'il contient.

I-2-8. Les avis des PPA et contributions des professionnels avant l'enquête

a). DEFI - Entreprise spécialisée dans la publicité lumineuse en toiture

Le projet de RLPi prévoit l'interdiction totale des emplacements de publicité lumineuse en toiture.

En tant qu'entreprise de publicité extérieure, la société DEFI contribue :

- . à l'emploi de salariés ;
- . à l'activité de sous-traitants ;
- . aux finances locales par le versement de loyers aux bailleurs sociaux et le paiement de la TLPE aux communes qui l'accueillent ;
- . au produit intérieur brut et aux rentrées fiscales de par son activité.

Trois emplacements sont concernés sur le Territoire (Marseille).

Situés au milieu d'un nombre important de dispositifs d'éclairage public et d'enseignes, ils ne génèrent pas vraiment de pollution lumineuse particulière.

Enseignes et publicités lumineuses ont exactement le même impact environnemental. Pourtant les premières seraient autorisées dans le projet de RLPi alors que les secondes seraient interdites.

Une demande :

Un statu quo en s'inspirant de certaines métropoles qui, pour ce type de publicité, ont su établir un régime qui bloque leur développement, tout en permettant le maintien de l'existant.

b). **JC DECAUX** - Entreprise spécialisée en mobilier urbain (non numérique et numérique) - 15/07/2021

1. Globalement

La distanciation sociale devient la « norme » (et plus encore en période de crise sanitaire) et les collectivités ont plus que jamais besoin de leviers de communication à destination de leurs administrés, d'où l'intérêt du mobilier urbain.

Ce dernier est déjà très règlementé et fait l'objet d'un encadrement et d'un contrôle stricts de la part des collectivités.

Il permet d'apporter à ces dernières des services sans impact sur les finances locales, ni sur le pouvoir d'achat des citoyens et fournit un service public continu et proche des usagers.

Les collectivités conservent la maîtrise des implantations sur leur territoire.

Pour toutes ces raisons, le mobilier urbain se doit donc d'être traité distinctement des panneaux exclusivement publicitaires.

2. Sur les implantations

Les implantations de mobilier urbain, demeurant sous l'entière maîtrise des collectivités, sont souvent liées au tracé des réseaux de transports urbains ainsi qu'aux choix de communication de ces collectivités.

Imposer des contraintes d'implantation dans un RLPi risque de restreindre les pouvoirs des collectivités et affecter leur choix de communication.

Plusieurs demandes :

- Permettre aux communes concernées de communiquer en ZP1c, via mobilier urbain, avec un format d'affiche maximal de 2m² ;
- Accepter l'implantation et le maintien des abris publicitaires en ZP2c et ZP7a/ZP7b ;
- Consentir à l'implantation et au maintien du mobilier urbain aux abords de ronds-points et carrefours giratoires, ainsi qu'aux abords d'espaces boisés classés ;
- Autoriser le mobilier urbain publicitaire le long du front de mer sur l'ensemble du territoire, quel que soit le zonage, afin d'éviter :
 - . le démontage de 37 unités déjà installées ;
 - . la rupture du service délivré par les mobiliers urbains aux usagers ;
 - . la fin du financement de l'information municipale ou culturelle et des abris-voyageurs dans ces secteurs.

3. Sur le mobilier urbain numérique

La métropole n'autoriserait, dans les sites patrimoniaux remarquables et en zones ZP1b, ZP2a et ZP2e, que la publicité non numérique, supportée par du mobilier urbain et d'un format d'affiche maximal de 2 m².

La publicité numérique est pourtant un procédé innovant qui permet de délivrer une information adaptée au contexte et en temps réel.

Une demande :

Annuler cette limitation et éviter ainsi, en particulier, l'abandon de l'implantation de 12 mobiliers urbains numériques, déjà validée, en site patrimonial remarquable marseillais.

c). JOUR ET NUIT-WANCOM - Entreprise spécialisée en affichage numérique

Le projet de RLPi prévoit :

- l'interdiction de la publicité numérique dans les zones 1, 2, 3, 4a et 6b ;
- la limitation des formats en zones 6b et 6c ;

imposant le complet remplacement de l'ensemble des dispositifs existants.

Les conséquences de ces mesures seraient :

- une perte de chiffre d'affaires pour une entreprise installée à Marseille depuis plus de 3 années ;
- l'abandon du site marseillais comme centre de formation national pour l'ensemble des commerciaux de l'entreprise ;
- la fin de recettes pour les particuliers, exploitants ou commerçants propriétaires des unités foncières où sont implantés ces dispositifs.

Ces dispositifs innovants n'utilisent pas de papier (donc pas de recyclage) et ne nécessitent pas la gestion d'une flotte de véhicules affectés spécifiquement au renouvellement périodique des affiches.

Une demande :

Le maintien, sans augmentation ultérieure, des dispositifs en place (statu quo).

d). VILLE DE MARSEILLE

Elle regrette que sa proposition de mettre à 300 m le périmètre autour des monuments historiques n'ait pas été retenue dans le projet approuvé du RLPi.

e). CCI AIX MARSEILLE PROVENCE

Elle émet un avis réservé avec 2 réserves et 2 recommandations.

Réserve 1 Préconisations pour mieux adapter le projet du RLPi aux spécificités locales du territoire intercommunal et aux problématiques spécifiques des zones d'activité :

- créer des sous-zonages en fonction de la vocation de la zone (commerciale, industrielle, artisanale, tertiaire) ;
- n'avoir qu'une zone au sein d'un même pôle d'activité ;
- harmoniser la réglementation entre la commune centre et les autres communes.

Réserve 2 Intervenir sur le délai de mise en conformité pour ne pas gréver la relance et la poursuite des activités, en ces temps de crise sanitaire et économique :

- préciser les délais de mise en conformité des dispositifs existants ;
- accorder un moratoire de 1 an sur les obligations de mise en conformité pour les dispositifs publicitaires et pré-enseignes.

Recommandation 1 Élaborer un guide pratique pour faciliter l'appropriation de la nouvelle réglementation par les entreprises.

Recommandation 2 Élaborer une charte métropolitaine de l'affichage extérieur et travailler sur les espaces d'intersection des divers RLPi.

f). CHAMBRE DES MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DE LA RÉGION PACA

Elle émet un avis favorable sur ce projet de RLPi et 5 remarques.

Remarque 1 La similitude de traitement des entreprises artisanales et commerciales est primordiale.

Remarque 2 Les entreprises artisanales situées dans le tissu diffus, en dehors des agglomérations, qui représentent 61% de l'ensemble, peuvent être pénalisées par l'absence d'autorisation de publicité.

Remarque 3 Il est suggéré de supprimer le mot « artisanales » de la phrase « enseignes artisanales aux lettrages parfois peu harmonisés ».

Remarque 4 Une fois le RLPi approuvé, élaborer un outil synthétique et pédagogique, pour sensibiliser les entreprises sur la réglementation en vigueur et en faciliter sa compréhension, qui sera largement diffusé.

Remarque 5 La mise en place de cette réglementation devra s'accompagner de contrôles et de mesures coercitives pour qu'elle soit appliquée par les entreprises.

g). LA COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES (CDNPS)

Cet avis comporte une lettre signée de la Secrétaire Générale adjointe et un PV de réunion.

Cette commission s'est réunie en formation « Publicité » avec une composition très large : représentant de l'ABF, de la DREAL, des collectivités locales, des associations et des professionnels. La lettre détaille les nombreux points forts de ce projet de Règlement local de Publicité intercommunal, et souligne le souci de valoriser le cadre de vie des habitants.

Elle émet un avis favorable assorti de 3 recommandations :

- Retirer toute possibilité de publicité le long du front de mer, quel que soit le type de dispositif et quel que soit le zonage ;
- Appliquer le périmètre de protection de 500m autour d'un plus grand nombre de monuments historiques ;
- Interdire les enseignes sur toiture dans les centres-villes et les secteurs emblématiques.

h). LA PRÉFECTURE (DIRECTION DÉPARTEMENTALE DES TERRITOIRES ET DE LA MER)

Cet avis comporte une lettre signée de la Secrétaire Générale adjointe et des remarques détaillées de ses services.

1/. La lettre salue un projet globalement de qualité, qui a su adapter la réglementation à un territoire très hétérogène. L'avis favorable est assorti de recommandations :

- Préciser les règles de positionnement et de densité des enseignes dans le Site Patrimonial Remarquable de Marseille et des centres anciens d'Allauch, Cassis, Ceyreste et la Ciotat ;
- Revoir la réglementation pour le front de mer et les axes côté mer, car la publicité reste autorisée sur quelques secteurs littoraux ;
- Étendre le périmètre de protection de 500 m autour des monuments historiques à d'autres édifices que les 3 qui en bénéficient, en particulier aux 26 monuments historiques listés par l'Architecte des Bâtiments de France en 2018, dont une quinzaine sont situés hors le SPR de Marseille ;
- Interdire les enseignes en toiture et les limiter sur les clôtures en ZP1 et ZP2 ;
- Faire correspondre le zonage à la réalité actuelle de l'urbanisation ;
- Limiter le nombre de sous-zones .

2/. Remarques détaillées des services :

- Nombre de monuments historiques classés ou inscrits: le rapport de présentation en dénombre 111 alors qu'il y en a 118 au total sur le Territoire ;
- Monuments historiques et leurs abords : le RLPi introduit une dérogation à l'article L581-18-1 du code d'Environnement en permettant la publicité sur mobilier urbain et bâches de chantier au-delà de 100 m des monuments historiques, à l'exception de 3 monuments emblématiques de Marseille. La demande d'une protection plus large est la même que celle de la CDNPS ;
- Publicité le long du front de mer : la DDTM demande d'interdire la publicité sur abribus en zone ZP2d (littoral balnéaire de Marseille) en modifiant l'art P2d5 et, plus généralement, d'interdire la publicité, les pré-enseignes et les bâches publicitaires sur tout le front de mer du Territoire, de façon à ne pas gêner la vue sur la mer par des dispositifs publicitaires, qui pourront cependant être installés de l'autre côté de la voie ;
- Bâches publicitaires : elles sont autorisées sur certains secteurs littoraux entre Marseille et La Ciotat en zones ZP6b et ZP6c. La DDTM demande leur interdiction sur ces secteurs, en vue de protéger le front de mer ;
- Dispositifs de petit format sur baies : dans les secteurs de réintroduction de la publicité (abords des monuments historiques, site patrimonial de Marseille et parc naturel régional de la Ste Baume) les dispositifs publicitaires ne doivent être installés que sur les baies et non sur les devantures (éléments en dur autour de la vitrine) ;
- Enseignes en centre-ville et secteur emblématique : trop d'enseignes sont autorisées dans les centres anciens d'Allauch, Cassis, Ceyreste et La Ciotat. La DDTM préconise donc d'y interdire les enseignes en toiture et de limiter les enseignes sur clôtures ;
- Zonage : le trop grand nombre de sous-zones aboutit parfois à rendre les limites des zones incompréhensibles, par exemple dans le secteur du vieux port de Châteauneuf-les-Martigues.

Suivent une série de remarques de détail sur la rédaction du rapport de présentation, du règlement et le zonage.

II. L'ENQUÊTE PUBLIQUE

II-1. Organisation de l'enquête

II-1-1. Désignation des membres de la commission d'enquête

Par ordonnance n° E21000041 / 13 du 27 avril 2021, le Tribunal Administratif de Marseille a désigné une commission d'enquête en vue de procéder à une enquête publique ayant pour objet l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Territoire Marseille-Provence.

Cette commission est composée de :

- Monsieur Jacques RETUR, président ;
- Monsieur François COLETTI ;
- Madame Brigitte HERUBEL.

Cette désignation fait suite à la demande formulée par Madame la Présidente de la Métropole Aix-Marseille Provence.

II-1-2. Réunions avec la Métropole

Le 26 mai 2021 après-midi au CMCI 2 rue Henri Barbusse 13001 Marseille.

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Madame Mélanie JORIO, chef du service urbanisme réglementaire
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme réglementaire
 - . Monsieur François MARTINEZ, chargé d'études service urbanisme réglementaire
- La commission d'enquête.

Thèmes abordés :

- . présentation du dispositif d'enquête ;
- . présentation du dossier RLPi.

Le 9 juin 2021 après-midi au CMCI à Marseille.

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme réglementaire
 - . Monsieur François MARTINEZ, chargé d'études service urbanisme réglementaire
- Bureau d'études EVEN CONSEIL - Lyon (en visioconférence) :
 - . Madame Elodie SAUZEDE
- La commission d'enquête.

Thèmes abordés :

- . échange sur les secteurs à enjeux ;
- . questions de la commission.

Le 26 août 2021 après-midi au CMCI à Marseille.

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme règlementaire
 - . Monsieur François MARTINEZ, chargé d'études service urbanisme règlementaire
- La commission d'enquête.

Thèmes abordés :

- . formation au registre dématérialisé ;
- . paraphe des dossiers d'enquête ;
- . premières réponses aux avis PPA.

Le 15 septembre 2021 après-midi (en visioconférence).

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme règlementaire
 - . Monsieur François MARTINEZ, chargé d'études service urbanisme règlementaire
- La commission d'enquête.

Thèmes abordés :

- . formation à la saisie des thématiques sur le logiciel « Registre Numérique » ;
- . questions de la commission.

II-1-3. Visite des lieux

Chaque commissaire enquêteur a pris contact avec les personnes référentes (maires, responsables urbanismes...) et s'est déplacé sur les lieux de permanence des communes qui lui ont été affectées.

Les informations et précisions apportées par les personnes chargées du suivi du dossier ont été précieuses pour les commissaires enquêteurs, dans leur découverte des territoires concernés et des conditions d'accueil du public lors des permanences.

Une visite du territoire a permis aux commissaires enquêteurs de mieux prendre connaissance des points les plus sensibles.

II-1-4. Information du public (presse, affichage, voie électronique)

Publicité légale

Un avis informant le public de l'ouverture de l'enquête doit être publié, par les soins de

la Métropole, dans deux journaux locaux diffusés dans le département et dans un journal spécialisé, quinze jours au moins avant le début de l'enquête et rappelé dans les huit premiers jours de celle-ci.

Cet avis doit être affiché, conformément aux caractéristiques et dimensions fixées par les textes règlementaires, quinze jours au moins avant le début de l'enquête :

- au siège commun de la Métropole Aix-Marseille-Provence et du Territoire Marseille-
- en mairie de chacune des communes du Territoire Marseille-Provence ainsi que dans les huit mairies de secteurs de Marseille.

Il doit, en outre, être publié :

- sur le site internet du Territoire Marseille-Provence ;
- sur le site internet dédié au registre numérique RLPi de ce même territoire.

L'avis relatif à l'ouverture de l'enquête a donc été publié dans les journaux suivants (cf. annexe 2) :

- La Provence, édition du 31 août 2021 ;
- La Marseillaise, édition du 31 août 2021 ;
- Le journal d'annonces légales Tpbm, édition du 1^{er} septembre 2021 ;
- La Provence, édition du 21 septembre 2021 ;
- La Marseillaise, édition du 21 septembre 2021.

Un affichage en mairie, vérifié par les commissaires enquêteurs, a été réalisé par les soins des municipalités au moins 15 jours avant le début de l'enquête et maintenu pendant toute la durée de cette enquête (cf. annexe 3).

La commission a pu, par ailleurs, vérifier que l'avis a bien été publié sur les sites internet précités. L'information a également été relayée via les comptes LinkedIn, Twitter, et Facebook de la Métropole.

Cette enquête publique a également fait l'objet d'un encart dans les bulletins d'informations municipales de certaines des communes concernées.

La commission d'enquête a jugé globalement satisfaisante l'information du public et a constaté qu'elle avait bien été réalisée dans les formes prévues par les textes règlementaires.

Consultation du dossier

Pendant la durée de l'enquête, le public a pu prendre connaissance du dossier :

- sur support papier sur l'ensemble des lieux d'enquête, aux jours et heures d'ouverture habituels de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles ;
- sous forme numérique sur le site du Territoire Marseille-Provence <https://www.marseille-provence.fr> et sur le site <https://www.registre-numerique.fr/rlpi-territoire-marseille-provence> ;
- sous forme numérique sur des postes informatiques mis à disposition dans l'ensemble des lieux d'enquête, aux jours et heures d'ouverture habituels de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles ;

II-2. Déroulement de l'enquête

II-2-1. Les permanences

Dates, horaires et lieux :

- le jeudi 16 septembre 2021, de 9h à 12h, à La Ciotat, Marignane et Marseille ;
- le vendredi 17 septembre 2021, de 9h à 12h, à Marseille ;
- le lundi 20 septembre 2021, de 9h à 12h, à Septèmes-les-vallons ;
- le lundi 20 septembre 2021, de 14h à 17h, à Sausset-les-pins ;
- le mardi 21 septembre 2021, de 9h à 12h, à Gémenos ;
- le jeudi 23 septembre 2021, de 9h à 12h, à Allauch ;
- le vendredi 24 septembre 2021, de 9h à 12h, à Ceyreste et Châteauneuf-les-martigues ;
- le lundi 27 septembre 2021, de 9h à 12h, à Carry-le-rouet ;
- le mardi 28 septembre 2021, de 13h45 à 16h45, à Marseille ;
- le mardi 28 septembre 2021, de 14h à 17h, à Cassis ;
- le vendredi 1^{er} octobre 2021, de 14h à 17h, à Gignac-la-Nerthe et Plan-de-cuques ;
- le lundi 4 octobre 2021, de 14h à 17h, à Ensues-la-redonne (cette dernière ayant été tenue à distance, compte tenu des conditions climatiques) ;
- le vendredi 8 octobre 2021, de 9h à 12h, à Roquefort-la-bédoule ;
- le lundi 11 octobre 2021, de 9h à 12h, à Carnoux-en-provence ;
- le lundi 11 octobre 2021, de 14h à 17h, à Septèmes-les-vallons ;
- le mardi 12 octobre 2021, de 9h à 12h, à Saint-victoret ;
- le jeudi 14 octobre 2021, de 9h à 12h, à Marseille ;
- le vendredi 15 octobre 2021, de 9h à 12h, à Le Rove ;
- le vendredi 15 octobre 2021, de 14h à 17h, à Gémenos ;
- le lundi 18 octobre 2021, de 13h à 16h, à Marignane ;
- le lundi 18 octobre 2021, de 14h à 17h, à La Ciotat et Marseille.

Les permanences se sont déroulées dans des conditions matérielles satisfaisantes, les lieux mis à disposition pour recevoir le public étaient adaptés à la consultation des nombreux documents qui composaient les dossiers.

Le lundi 4 octobre 2021, compte tenu de l'alerte rouge météo, le commissaire-enquêteur n'a pas pu se déplacer mais en concertation avec la mairie s'est tenu à la disposition du public.

Formulation des observations

- Pendant la durée de l'enquête, le public a pu consigner ses observations et propositions :
- . sur le registre dématérialisé accessible sur le site internet dédié à l'enquête publique <https://www.registre-numerique.fr/rloi-territoire-marseille-provence> ;
 - . sur des postes informatiques mis à disposition dans l'ensemble des lieux d'enquête, aux jours et heures d'ouverture habituels de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles ;
 - . sur un registre d'enquête papier disponible sur l'ensemble des lieux d'enquête, aux jours et heures d'ouverture habituels de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles ;

- . par courrier électronique à l'adresse rlpi-territoire-marseille-provence@mail.registre-numerique.fr ;
- . par courrier postal.

II-2-2. Les réunions avec la Métropole

Le 22 septembre 2021 après-midi (en visioconférence).

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme règlementaire
 - . Monsieur François MARTINEZ, chargé d'études service urbanisme règlementaire
- La commission d'enquête.

Le 30 septembre 2021 après-midi (en visioconférence).

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme règlementaire
 - . Monsieur François MARTINEZ, chargé d'études service urbanisme règlementaire
- La commission d'enquête.

Le 7 octobre 2021 matin

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme règlementaire
 - . Monsieur François MARTINEZ, chargé d'études service urbanisme règlementaire
- La commission d'enquête.

Le 14 octobre 2021 après-midi

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Madame Mélanie JORIO, chef du service urbanisme règlementaire
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme règlementaire
 - . Monsieur François MARTINEZ, chargé d'études service urbanisme règlementaire
- La commission d'enquête.

Le 20 octobre 2021 après-midi

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme règlementaire
- La commission d'enquête.

Clôture des registres d'enquête.

Le 25 octobre 2021 matin

Participants :

- Métropole, direction de la stratégie et de la cohérence territoriale :
 - . Madame Mélanie JORIO, chef du service urbanisme réglementaire
 - . Monsieur Hadrien DURIMELE, chargé d'études service urbanisme règlementaire
 - . Monsieur Thomas MARION, chargé d'études service urbanisme règlementaire
- La commission d'enquête.

Remise du procès-verbal de synthèse des observations.

II-2-3. Climat de l'enquête

L'enquête publique s'est déroulée dans un climat serein. L'écoute et le dialogue y ont été privilégiés,

II-3. Clôture de l'enquête

Le 18 octobre après 17h il n'a plus été possible de déposer des observations écrites et numériques.

Les registres d'enquête déposés dans les communes ont été clôturés par la commission et remis à la Métropole.

Les dossiers d'enquête ont été laissés dans les communes à la demande de la Métropole.

III- LES OBSERVATIONS

III-1. Le procès-verbal de synthèse des observations

Conformément à l'article R.123.18 du code de l'environnement, le président de la commission d'enquête a remis dans le délai prévu, le mardi 26 octobre 2021, au maître d'ouvrage le procès-verbal de synthèse des observations recueillies au cours de l'enquête (f. annexe 4).

Ce procès-verbal est joint dans son intégralité à ce rapport (cf. annexe 5).

III-2. Le mémoire en réponse

Le mémoire en réponse de la Métropole Aix-Marseille-Provence (Territoire Marseille-Provence), en date du 9 novembre 2021 est parvenu au président de la commission d'abord par voie électronique le 9 novembre 2021, puis remis en main propre le 10 novembre 2021.

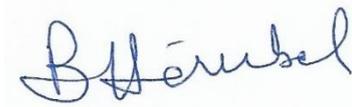
La commission d'enquête en a pris connaissance et observe que le maître d'ouvrage a répondu méthodiquement à chacun des thèmes évoqués dans le procès-verbal de synthèse des observations.

Le mémoire en réponse est joint au rapport (annexe 6).

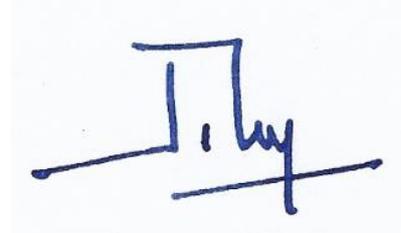
Le rapport ainsi établi, l'ensemble des éléments recueillis au cours de l'enquête, le procès-verbal de synthèse des observations, le mémoire en réponse de la Métropole Aix-Marseille-Provence ainsi que les avis des personnes publiques associées permettent à la commission de motiver ses conclusions et formuler son avis.



François COLETTI



Brigitte HERUBEL



Jacques RETUR

IV- ANNEXES

Annexe IV-1. Les panneaux didactiques proposés dans le cadre de la concertation publique

RLPi RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL | AIN MARSEILLE PROVENCE

QUELS ENJEUX POUR LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI) DU TERRITOIRE MARSEILLE PROVENCE ?

488 km² de villes publiques
18 communes

CHIFFRES CLÉS : 2 476 COMMUNES, 27 578 M² D'ENSEIGNES

État des lieux des enseignes
Les enseignes en enseigne à forte valeur patrimoniale ou patrimoniale

État des lieux des publicités et pré-enseignes
Des enseignes à forte densité publicitaire

Des enseignes encore globalement éparpillées

Panneau expliquant les enjeux du RLPI

RLPi RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL | AIN MARSEILLE PROVENCE

Le RLPI de Marseille Provence est conçu comme un véritable outil d'aménagement, participant au renforcement de l'attractivité du Territoire et à son dynamisme. Il se décline en quatre orientations qui répondent à des objectifs concrets du RLPI.

ORIENTATION 1. CONFORTEUR L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Préserver les richesses touristiques du territoire

ORIENTATION 2. VALORISER LES PAYSAGES PORTEURS DES IDENTITÉS LOCALES

Améliorer la mise en scène paysagère des principales entrées de ville et traversées urbaines du territoire

ORIENTATION 3. AMÉLIORER LE CADRE DE VIE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Améliorer la qualité des paysages urbains ordinaires

ORIENTATION 4. ASSURER LA LISIBILITÉ DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES ET CULTURELLES

Encadrer la densité des dispositifs pour une meilleure lisibilité de l'espace et des activités dans les zones commerciales et pôles commerciaux de proximité

Assurer la lisibilité des informations culturelles et institutionnelles

Panneaux détaillant les 4 enjeux du RLPI

RLPi RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL | AIN MARSEILLE PROVENCE

UN RÈGLEMENT ADAPTÉ À 3 TYPES D'AFFICHAGE

PUBLICITÉS ET PRÉ-ENSEIGNES

Les enseignes et pré-enseignes sont classées en 7 zones de publicité, adaptées à leur environnement et à leur visibilité.

1 Zone de publicité n°1
Zones commerciales et pôles d'activités

2 Zone de publicité n°2
Zones de publicité n°2

3 Zone de publicité n°3
Zones de publicité n°3

4 Zone de publicité n°4
Zones de publicité n°4

5 Zone de publicité n°5
Zones de publicité n°5

6 Zone de publicité n°6
Zones de publicité n°6

7 Zone de publicité n°7
Zones de publicité n°7

RLPi RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL | AIN MARSEILLE PROVENCE

PUBLICITÉS ET PRÉ-ENSEIGNES

ENSEIGNES

SUR TOITURE

ENSEIGNES

Panneaux présentant les règles relatives aux 7 zones de publicité

Annexe IV-2. Annonces presse - La Provence - 31 août 2021

Annonces légales

Contacts : 04.91.84.46.30 - aj@laprovence-medias.fr
www.laprovence-marchespublics.com

Mardi 31 Août 2021
 habilité à publier par arrêté de Monsieur le Préfet du Département

ANNONCES LEGALES



AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

ENQUÊTE PUBLIQUE RELATIVE AU PROJET D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI) DU TERRITOIRE MARSEILLE-PROVENCE

Par arrêté n°21/12/ICT en date du 25 Mai 2021, le Président du Conseil de Métropole Aix-Marseille-Provence a ordonné l'ouverture de l'enquête publique portant sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) du Territoire Marseille-Provence de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

Ce projet consiste à adapter la réglementation nationale de publicité, des enseignes et des pré-enseignes à un contexte local afin de protéger le cadre de vie, le patrimoine et les paysages sur le Territoire Marseille-Provence.

L'enquête publique se déroulera du Jeudi 16 septembre 2021 à 9h00 au lundi 18 octobre 2021 à 17h00.

Une commission d'enquête a été désignée par le Tribunal Administratif de Marseille, ayant pour Président : M. Jacques RETUR – enseignant en économie et gestion; et pour membres titulaires M. François COLETTI – Professeur des Universités retraité, Mme. Brigitte HERUBEL – Attachée administration retraitée.

Le siège de l'enquête publique est situé au siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence : 58 boulevard Charles-Livon, « Le Pharo » - Marseille 7ème (adresse postale : BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02).

Le public pourra prendre connaissance du dossier soumis à enquête publique, selon les modalités suivantes :

- Consultation du dossier sous forme numérique
- depuis le premier jour de l'enquête publique à 9h00, jusqu'au dernier jour de celle-ci à 17h00, sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence : <https://www.ammpmetropole.fr>, sur le site du Territoire Marseille-Provence : <https://www.marseille-provence.fr> et sur le site : <https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence>
- sur des postes informatiques de consultation localisés sur les communes de Marseille, Margiane, Septèmes-les-Vallons, Géménos et La Ciotat et au Pharo (siège de l'enquête publique) ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19 (cf. tableau ci-dessous).

Consultation du dossier sur support papier sur les 19 lieux d'enquête publique ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

Le public pourra formuler ses observations et propositions :

- Par voie électronique, depuis le premier jour de l'enquête à 9h00 et jusqu'au dernier jour de l'enquête à 17h00 :
- sur le registre dématérialisé accessible sur le site internet dédié à l'enquête publique, à l'adresse internet suivante : <https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence> et sur des postes informatiques de consultation localisés au Pharo (siège de l'enquête publique) et dans les communes de Marseille, Margiane, Septèmes-les-Vallons, Géménos et La Ciotat ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.
- par courrier électronique à l'adresse de messagerie suivante : rpi-territoire-marseille-provence@mail.registre-numerique.fr

Sur les registres d'enquête papier à feuillets non mobiles, cotés et paraphés avant l'ouverture de l'enquête publique par un des membres titulaires de la commission d'enquête : ces registres seront disponibles sur les 19 lieux d'enquête publique et ce pendant toute la durée de l'enquête, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

Par courrier adressé par voie postale entre le premier et le dernier jour de l'enquête publique (le cachet de la poste faisant foi), à :
 M. Jacques RETUR - Président de la commission d'enquête du projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI)
 Métropole Aix-Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme - Territoire Marseille-Provence - BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02
 Lors des permanences de la commission d'enquête mentionnées dans le tableau figurant ci-après.

Lieux d'accès à l'enquête publique et permanences :

COMMUNES	ADRESSE DES LIEUX D'ENQUETE PUBLIQUE	JOURS ET HEURES D'OUVERTURE DES LIEUX D'ACCES A L'ENQUETE PUBLIQUE ET FORMAT DU DOSSIER ET REGISTRE	DATES ET HORAIRES DES PERMANENCES DE LA COMMISSION D'ENQUETE	COMMUNES	ADRESSE DES LIEUX D'ENQUETE PUBLIQUE	JOURS ET HEURES D'OUVERTURE DES LIEUX D'ACCES A L'ENQUETE PUBLIQUE ET FORMAT DU DOSSIER ET REGISTRE	DATES ET HORAIRES DES PERMANENCES DE LA COMMISSION D'ENQUETE
ALLAUCH	Service urbanisme municipal Montée Jean-Baptiste Tran Rue Notre Dame 13180 Allauch 04 91 10 46 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Jeudi 23 septembre 2021 : 9h à 12h	LE ROVE	Hôtel de ville 4, rue Jacques Duclos 13740 Le Rove 04 91 46 80 00	Du lundi au jeudi : 8h30-12h / 14h-17h30 Vendredi : 8h30-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Vendredi 15 octobre 2021 : 9h à 12h
CARNOUX-EN-PROVENCE	Hôtel de ville 19 avenue du Maréchal Juin 13470 Carnoux-en-Provence 04 42 73 48 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Dossier et registre papier	Lundi 11 octobre 2021 : 9h à 12h	MARIGNANE	Guichet unique espace Margiane 4 Rue de Verdun 13700 Marignane 04 42 31 11 11	Du lundi au Vendredi : 9h-18h Dossier et registre papier et numérique	Jeudi 16 septembre 2021 : 9h à 12h Lundi 18 octobre 2021 : 13h à 16h
CARRY-LE-ROUET	Service urbanisme-cadastre 5, bd Philippe Jourde 13620 Carry-le-Rouet 04 42 13 25 25	Du lundi au vendredi : 8h-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Lundi 27 septembre 2021 : 9h à 12h	MARSEILLE	siège de l'enquête Siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence Le Pharo 58 boulevard Charles Livon 13007 Marseille 04 91 99 99 00	Du lundi au Vendredi : 8h30 - 12h30 / 13h30-17h Dossier et registre papier et numérique	Jeudi 16 septembre 2021 : 9h à 12h Lundi 18 octobre 2021 : 14h à 17h
CASSIS	Hôtel de ville Place Saragnon 13620 Cassis 04 42 18 36 36	Du lundi au jeudi : 8h30-12h / 13h30-17h Le Vendredi : 8h30-12h30 / 13h30-16h30 Dossier et registre papier	Mardi 28 septembre 2021 : 14h à 17h	MARSEILLE	Direction Générale adjointe de l'Urbanisme, du Foncier et du Patrimoine (Services Municipaux) 40 rue Faucher 13002 Marseille 04 91 55 33 07	Du lundi au vendredi : 9h-12h / 13h45-16h45 Dossier et registre papier et numérique	Vendredi 17 septembre 2021 : 9h à 12h Mardi 28 septembre 2021 : 13h45 à 16h45 Jeudi 14 octobre 2021 : 9h à 12h
CEYRESTE	Hôtel de ville Place du Général-de-Gaulle 13600 Ceyreste 04 42 63 77 10	Du lundi 8h30-11h30 / 13h30-17h Mardi et Jeudi : 13h30-17h Sur rendez-vous uniquement Dossier et registre papier	Vendredi 24 septembre 2021 : 9h à 12h	PLAN-DE-CUQUES	Direction de l'urbanisme Rue du Vert-Coteau 13380 Plan-de-Cuques 04 91 10 40 40	Du lundi au vendredi : 9h-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Vendredi 1 ^{er} octobre 2021 : 14h à 17h
CHATEAUNEUF LES - MARTIGUES	Hôtel de Villa 3 Place Belfort 13220 Châteauneuf-les-Martigues 04 42 76 69 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h30 Dossier et registre papier	Vendredi 24 septembre 2021 : 9h à 12h	ROQUEFORT LA-BEDOULE	Hôtel de ville Place de la Libération 13830 Roquefort-la-Bédoule 04 42 73 21 12	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Mercredi 8h30-12h 13h30-17h30 Dossier et registre papier	Vendredi 8 octobre 2021 : de 9h à 12h
ENSUES-LA-REDONNE	Hôtel de ville 15 avenue du Général Monsabert 13820 Ensues-la-Redonne 04 42 44 88 88	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Dossier et registre papier	Lundi 4 octobre 2021 : 14h à 17h	SAINT-VICTOIRET	Hôtel de ville (Service urbanisme) Eplanade Albert-Marot 13730 Saint-Victoret 04 42 15 32 00	Du lundi au Jeudi : 8h30-12h Dossier et registre papier	Mardi 12 octobre 2021 : 9h à 12h
GEMENOS	Hôtel de ville Rue Maréchal-des-Logis Planzol 13420 Géménos 04 42 52 69 00	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h15 / 13h30-17h Dossier et registre papier et numérique	Mardi 21 septembre 2021 : 9h à 12h Vendredi 15 octobre 2021 : 14h à 17h	SAUSSET-LES-PINS	Hôtel de ville (Service urbanisme) Place des Droits de l'Homme 13980 Sausset-les-Pins 04 42 44 51 51	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h et de 14h à 17h Sur rendez-vous Dossier et registre papier	Lundi 20 septembre 2021 : 14h à 17h
GIGNAC-LA-NERTHE	Direction des Services Techniques municipaux Service urbanisme 2 avenue des Fortunés 13180 Gignac-la-Nerthe 04 42 77 00 00	Lundi, mercredi et vendredi : 8h30-12h Dossier et registre papier	Vendredi 1 ^{er} octobre 2021 : 14h à 17h	SEPTENES-LES-VALLONS	Hôtel de ville (Service urbanisme) Place Pierre Didier Tramoni 13240 Septèmes-les-Vallons 04 91 96 31 00	Du lundi au Vendredi : 8h30-17h30 Dossier et registre papier et numérique	Lundi 20 septembre 2021 : 9h à 12h Lundi 11 octobre 2021 : 14h à 17h
LA CIOTAT	Hôtel de ville Rond-point des Messageries Maritimes 13600 La Ciotat 04 42 08 88 00	Lundi et vendredi : 14h-17h Mardi et Jeudi : 9h-12h Dossier et registre papier et numérique	Jeudi 18 septembre 2021 : 9h à 12h Lundi 18 octobre 2021 : 14h à 17h				

Maîtres d'ouvrage / personnes responsables auprès desquelles demander des informations
 Métropole Aix-Marseille-Provence / Territoire Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme du Territoire Marseille-Provence située CMCI, 2 rue Henri Barbusse - Marseille 1^{er}
 (adresse postale : BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02)

Autorités compétentes pour statuer et décisions pouvant être prises au terme de l'enquête :

Approbation du Règlement Local de Publicité Intercommunal du Territoire Marseille-Provence par le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence qui pourra décider d'apporter des modifications au vu des résultats de l'enquête publique.

Période et lieux de consultation du rapport et des conclusions de la commission d'enquête :

Le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables par le public durant 1 an à compter de leur publication.

sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence <https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence>
 à la Métropole Aix-Marseille-Provence / Territoire Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme, située CMCI, 2 rue Henri Barbusse - Marseille 1^{er} et dans les mairies des communes du Territoire Marseille-Provence
 à la Préfecture des Bouches-du-Rhône - Place Felix-Barat - Marseille 6ème

Informations environnementales

Absence d'évaluation environnementale car la procédure d'élaboration du RLPI n'est pas soumise à évaluation environnementale (ni de plein droit ni selon la procédure d'examen au cas par cas).

Annexe IV-2. Annonces presse - La Marseillaise - 31 août 2021

mardi 31 août 2021 / La Marseillaise

PROVENCE / ANNONCES LÉGALES ET JUDICIAIRES

ANNONCES LEGALES HABILITE A PUBLIER PAR ARRETE PREFECTORAL



TERritoire
MARSEILLE
PROVENCE

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE Enquête publique relative au projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) du Territoire Marseille-Provence

Par arrêté n°21/122/CT en date du 25 Mai 2021, le Président du Conseil de Territoire Marseille Provence a ordonné l'ouverture de l'enquête publique portant sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) du Territoire Marseille-Provence de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

Ce projet consiste à adapter la réglementation nationale de publicité, des enseignes et des pré-enseignes à un contexte local afin de protéger le cadre de vie, le patrimoine et les paysages sur le Territoire Marseille-Provence.

L'enquête publique se déroulera du **Jeu 16 septembre 2021 à 9h00 au lundi 18 octobre 2021 à 17h00**.

Une commission d'enquête a été désignée par le Tribunal Administratif de Marseille, ayant pour Président : M. Jacques RETUR - enseignant en économie et gestion, et pour membres titulaires M. François COLETTI - Professeur des Universités retraité, Mme. Brigitte HÉRUBEL - Attachée administration retraitée.

Le **siège de l'enquête publique** est situé au siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence : 58 boulevard Charles-Livon, « Le Pharo » - Marseille 7ème (adresse postale : BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02).

Le **public pourra prendre connaissance du dossier** soumis à enquête publique, selon les modalités suivantes :

- Consultation du dossier sous forme numérique :

- depuis le premier jour de l'enquête publique à 9h00, jusqu'au dernier jour de celle-ci à 17h00, sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence : <https://www.ampronatropole.fr>, sur le site du Territoire Marseille-Provence : <https://www.marseille-provence.fr> et sur le site : <https://www.registre-numerique.fr/npi-territoire-marseille-provence>

- sur des postes informatiques de consultation localisés sur les communes de Marseille, Marignane, Septèmes-les-Vallons, Gémenos et La Ciotat et au Pharo (siège de l'enquête publique) ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19 (cf. tableau cidessous).

- Consultation du dossier sur support papier sur les 19 lieux d'enquête publique ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

Le public pourra formuler ses observations et propositions :

- Par voie électronique, depuis le premier jour de l'enquête à 9h00 et jusqu'au dernier jour de l'enquête à 17h00 ;

- sur le registre dématérialisé accessible sur le site internet dédié à l'enquête publique, à l'adresse internet suivante : <https://www.registre-numerique.fr/npi-territoire-marseille-provence> et sur des postes informatiques de consultation localisés au Pharo (siège de l'enquête publique) et dans les communes de Marseille, Marignane, Septèmes-les-Vallons, Gémenos et La Ciotat ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

- par courrier électronique à l'adresse de messagerie suivante : npi-territoire-marseille-provence@gmail.com

- Sur les registres d'enquête papier à feuillets non mobiles, cotés et paraphés avant l'ouverture de l'enquête publique par un des membres titulaires de la commission d'enquête - ces registres seront disponibles sur les 19 lieux d'enquête publique et ce pendant toute la durée de l'enquête, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la

crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

- Par courrier adressé par voie postale entre le premier et le dernier jour de l'enquête publique (le cachet de la poste faisant foi), à :

Mr Jacques RETUR - Président de la commission d'enquête du projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI), Métropole Aix-Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme - Territoire Marseille-Provence - BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02

- Lors des permanences de la commission d'enquête mentionnées dans le tableau figurant ci-dessous.

Maitres d'ouvrage / personnes responsables auprès desquelles demander des informations :

- Métropole Aix-Marseille-Provence / Territoire Marseille Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme du Territoire Marseille-Provence située CMCI, 2 rue Henri Barbusse - Marseille 1er (adresse postale : BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02)

Autorités compétentes pour statuer et décisions pouvant être prises au terme de l'enquête :

- Approbation du Règlement Local de Publicité Intercommunal du Territoire Marseille-Provence par le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence qui pourra décider d'apporter des modifications au vu des résultats de l'enquête publique.

Période et lieux de consultation du rapport et des conclusions de la commission d'enquête :

- Le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables par le public durant 1 ans à compter de leur publication,

- sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence <https://www.registre-numerique.fr/npi-territoire-marseille-provence>

- à la Métropole Aix-Marseille-Provence / Territoire Marseille Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme, située CMCI, 2

- dans les mairies des communes du Territoire Marseille Provence

- à la Préfecture des Bouches-du-Rhône - Place Félix-Baret - Marseille 6ème

Informations environnementales :

- Absence d'évaluation environnementale car la procédure d'élaboration du RLPI n'est pas soumise à évaluation environnementale (ni de plein droit ni selon la procédure d'examen au cas par cas).

COMMUNES	ADRESSE DES LIEUX D'ENQUETE PUBLIQUE	JOURS ET HEURES D'OUVERTURE DES LIEUX D'ACCES A L'ENQUETE PUBLIQUE et FORMAT DU DOSSIER ET REGISTRE	DATES ET HORAIRES DES PERMANENCES DE LA COMMISSION D'ENQUETE
ALLAUCH	Service urbanisme municipal Montée Jean-Baptiste Tiran, rue Notre Dame 13190 Allauch - Tel : 04 91 10 48 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Jeu 23 septembre 2021 : 9h à 12h
CARNOUX-EN-PROVENCE	Hôtel de ville 19 avenue du Maréchal Juin 13470 Carnoux-en-Provence - Tel : 04 42 73 49 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Dossier et registre papier	Lundi 11 octobre 2021 : 9h à 12h
CARRY-LE-ROUET	Service urbanisme-cadastre 5, bd Philippe Jourde 13620 Carry-le-Rouet - Tel : 04 42 13 25 25	Du lundi au vendredi : 8h-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Lundi 27 septembre 2021 : 9h à 12h
CASSIS	Hôtel de ville Place Baragnon 13260 Cassis - Tel : 04 42 18 36 36	Du lundi au jeudi : 8h30-12h / 13h30-17h Le Vendredi : 8h30-12h30 / 13h30-16h30 Dossier et registre papier	Mardi 28 septembre 2021 : 14h à 17h
CEYRESTE	Hôtel de ville Place du Général-de-Gaulle 13600 Ceyreste - Tel : 04 42 83 77 10	Du lundi : 8h30-11h30 / 13h30-17h Mardi et Jeudi : 13h30-17h Sur rendez-vous uniquement Dossier et registre papier	Vendredi 24 septembre 2021 : 9h à 12h
CHATEAUNEUF-LES-MARTIGUES	Hôtel de ville 3 Place Bellot 13220 Châteauneuf-les-Martigues Tel : 04 42 76 89 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h30 Dossier et registre papier	Vendredi 24 septembre 2021 : 9h à 12h
ENSUES-LA-REDONNE	Hôtel de ville 15 avenue du Général Monsabert 13820 Ensues-la-Redonne - Tel : 04 42 44 88 88	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Dossier et registre papier	Lundi 4 octobre 2021 : 14h à 17h
GEMENOS	Hôtel de ville Rue Maréchal-des-Logis Planzol 13420 Gémenos - Tel : 04 42 32 89 00	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h15 / 13h30-17h Dossier et registre papier et numérique	Mardi 21 septembre 2021 : 9h à 12h Vendredi 15 octobre 2021 : 14h à 17h
GIGNAC-LA-NERTHE	Direction des Services Techniques municipaux Service urbanisme, 2 avenue des Fortunes 13180 Gignac-la-Nerthe - Tel : 04 42 77 00 00	Lundi, mercredi et vendredi : 8h30-12h Dossier et registre papier	Vendredi 1er octobre 2021 : 14h à 17h
LA CIOTAT	Hôtel de ville Rond-point des Messagères Maritimes 13600 La Ciotat - Tel : 04 42 08 88 00	Lundi et vendredi : 14h-17h Mardi et Jeudi : 9h-12h Dossier et Registre papier et numérique	Jeu 16 septembre 2021 : 9h à 12h Lun 18 octobre 2021 : 14h à 17h
LE ROVE	Hôtel de ville 4, rue Jacques Duclos 13740 Le Rove - Tel : 04 91 46 80 00	Du lundi au jeudi : 8h30-12h / 14h-17h30 Vendredi : 8h30-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Vendredi 15 octobre 2021 : 9h à 12h
MARIGNANE	Guichet unique espace Marignane 4 Rue de Verdun 13700 Marignane - Tel : 04 42 31 11 11	Du lundi au Vendredi : 9h-16h Dossier et registre papier et numérique	Jeu 16 septembre 2021 : 9h à 12h Lun 18 octobre 2021 : 13h à 16h
MARSEILLE siège de l'enquête	Siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence Le Pharo 58 boulevard Charles Livon 13007 Marseille - Tel : 04 91 99 99 00	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h30 / 13h30-17h Dossier et registre papier et numérique	Jeu 16 septembre 2021 : 9h à 12h Lun 18 octobre 2021 : 14h à 17h
MARSEILLE	Direction Générale adjointe de l'Urbanisme, du Foncier et du Patrimoine, Services Municipaux, 40 rue Fauchier 13002 Marseille - Tel : 04 91 55 33 07	Du lundi au vendredi : 9h-12h / 13h45-16h45 Dossier et registre papier et numérique	Vendredi 17 septembre 2021 : 9h à 12h Mardi 28 septembre 2021 : 13h45 à 16h45 Jeu 14 octobre 2021 : 9h à 12h
PLAN-DE-CUQUES	Direction de l'urbanisme Rue du Vert-Coteau 13380 Plan-de-Cuques - Tel : 04 91 10 40 40	Du lundi au vendredi : 8h-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Vendredi 1er octobre 2021 : 14h à 17h
ROQUEFORT-LA-BEDOULE	Hôtel de ville Place de la Libération 13830 Roquefort-la-Bédoule - Tel : 04 42 73 21 12	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Mercredi : 8h30-12h / 13h30-17h30 Dossier et registre papier	Vendredi 8 octobre 2021 : 9h à 12h
SAINT-VICTOIRET	Hôtel de ville Service urbanisme, Esplanade Albert-Mairot 13730 Saint-Victoret - Tel : 04 42 15 32 00	Du lundi au Jeudi : 8h30-12h Dossier et registre papier	Mardi 12 octobre 2021 : 9h à 12h
SAUSSET-LES-PINS	Hôtel de ville Service urbanisme, Place des Droits de l'Homme 13960 Sausset-les-Pins - Tel : 04 42 44 51 51	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h et de 14h à 17h Sur rendez-vous Dossier et registre papier	Lundi 20 septembre 2021 : 14h à 17h
SEPTEMES-LES-VALLONS	Hôtel de ville Service urbanisme, Place Pierre Didier Tramoni 13240 Septèmes-les-Vallons Tel : 04 91 96 31 00	Du lundi au Vendredi : 8h30-17h30 Dossier et registre papier et numérique	Lundi 20 septembre 2021 : 9h à 12h Lundi 11 octobre 2021 : 14h à 17h

ANNONCES LÉGALES DIVERS

Alpes-de-Haute-Provence



Avis d'ouverture d'enquête publique

préalable à la déclaration d'intérêt général et à l'autorisation environnementale pour les travaux de restauration des chenaux d'écoulement du Riou Bourdoux et du torrent de Peissier sur la commune de Saint-Pons et des affluents du Grand Riou de la Blanche sur la commune de MEOLANS-REVEL

Par arrêté préfectoral n° 2021-216-003 du 4 août 2021, il est procédé, à la demande de la communauté de communes Ubaye-Serre-Ponçon, à l'ouverture d'une enquête publique du 30 août 14 h au 14 septembre 2021 17 h sur le territoire des communes de Saint-Pons, siège de l'enquête, et de Méolans-Revel en vue d'obtenir une déclaration d'intérêt général et l'autorisation environnementale pour réaliser des travaux de restauration des chenaux d'écoulement du Riou Bourdoux et du torrent de Peissier sur la commune de Saint-Pons et des affluents du Grand Riou de la Blanche sur la commune de Méolans-Revel

Le projet consiste à rétablir des conditions d'écoulement des torrents présentant un transport sédimentaire important pouvant générer des laves torrentielles. Il s'agit d'une opération post-crues de l'été 2018, d'entretien des cours d'eau pour protéger les activités humaines et favoriser le bon fonctionnement morphologique des torrents. Pour le torrent de Peissier et le riu Bourdoux, sur la commune de Saint-Pons, l'enjeu est la protection de la route départementale 900, les zones urbanisées proches du cône de déjection et l'activité agricole. Pour les affluents du Grand Riou de la Blanche, sur la commune de Méolans-Revel, l'intervention vise à protéger l'activité agricole, la piste d'accès à vocation agricole, touristique et forestière.

Cette opération est portée par la communauté de communes Ubaye-Serre-Ponçon dont les coordonnées sont: service GEMAPI, 4, rue des trois frères Arnaud, 04400 BARCELONNETTE, tél.: 04-92-81-05-67, email: rmarie@ccvusp.fr auprès de qui des informations complémentaires peuvent être sollicitées.

Les pièces du dossier sont mises à disposition du public pendant toute la durée de l'enquête:

- sur le site internet des services de l'État du département des Alpes-de-Haute-Provence: www.alpes-de-haute-provence.gouv.fr rubrique: publications/enquêtes publiques/liste des communes/Saint-Pons;

- en mairie de Saint-Pons les lundis, mardis, mercredis et vendredis de 13 h 30 à 17 h 30;

- en mairie de Méolans-Revel les lundis et vendredis de 9 h à 11 h 30 et de 14 h à 17 h 30, les mercredis de 9 h à 11 h 30.

Dans le même temps, un registre d'enquête à feuillets non mobiles paraphés par le commissaire enquêteur est déposé en mairies de Saint-Pons et de Méolans-Revel pendant la durée de l'enquête, afin que chacun puisse y consigner éventuellement ses observations et propositions ou les adresser par écrit, à M. le commissaire enquêteur, à la mairie de Saint-Pons (code postal: 04400) ou encore à l'adresse suivante: pref-environnement@alpes-de-haute-provence.gouv.fr en précisant dans l'intitulé le lieu de l'enquête publique. Toute personne pourra consulter les observations dématérialisées sur le site internet de la préfecture des Alpes-de-Haute-Provence www.alpes-de-haute-provence.gouv.fr dans l'onglet: publications/enquêtes publiques/liste de communes/commune de Saint-Pons.

Un accès gratuit au dossier est disponible sur un poste informatique ouvert au public à l'accueil de la préfecture des Alpes-de-Haute-Provence (du lundi au vendredi de 8h30 à 11h30).

M. Combes, désigné par Mme la Vice-Présidente du tribunal administratif de Marseille, en qualité de commissaire enquêteur, recevra les observations écrites ou orales du public lors de ses présences en mairies de Saint-Pons, le lundi 30 août et le mardi 14 septembre 2021 de 14 h à 17 h et de Méolans-Revel, le lundi 6 septembre 2021 de 14 h à 17 h.

Dès réception du rapport et des conclusions motivées du commissaire enquêteur et pendant un an après la clôture de l'enquête publique, toute personne intéressée pourra en prendre connaissance, à la préfecture des Alpes-de-Haute-Provence au bureau des affaires juridiques et du droit de l'environnement et sur le site internet des services de l'Etat:

www.alpes-de-haute-provence.gouv.fr dans l'onglet publications/enquêtes publiques/liste de communes/commune de Saint-Pons, ainsi qu'en mairies de Saint-Pons et de Méolans-Revel.

La décision susceptible d'intervenir à l'issue de la procédure est une déclaration d'intérêt général et une autorisation environnementale formalisées par un arrêté préfectoral, ou un refus.

(EP7357)

Tbpn - n° 1406

Bouches-du-Rhône



AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

Enquête publique relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Territoire Marseille-Provence

Par arrêté n°21/122/CT en date du 25 mai 2021, le Président du Conseil de Territoire Marseille Provence a ordonné l'ouverture de l'enquête publique portant sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Territoire Marseille-Provence de la Métropole Aix-Marseille-Provence. Ce projet consiste à adapter la réglementation nationale de publicité, des enseignes et des pré-enseignes à un contexte local afin de protéger le cadre de vie, le patrimoine et les paysages sur le Territoire Marseille-Provence.

L'enquête publique se déroulera du Jeudi 16 septembre 2021 à 9h00 au lundi 18 octobre 2021 à 17h00.

Une commission d'enquête a été désignée par le Tribunal Administratif de Marseille, ayant pour Président: M. Jacques RETUR - enseignant en économie et gestion; et pour membres titulaires M. François COLETTI - Professeur des Universités retraité; Mme Brigitte HERUBEL - Attachée administration retraitée.

Le siège de l'enquête publique est situé au siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence: 58 boulevard Charles-Livon, «Le Pharo» - Marseille 7^{ème} (adresse postale: BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02).

Le public pourra prendre connaissance du dossier soumis à enquête publique, selon les modalités suivantes:

• Consultation du dossier sous forme numérique:

- depuis le premier jour de l'enquête publique à 9h, jusqu'au dernier jour de celle-ci à 17h00, sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence: <https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence>

- sur des postes informatiques de consultation localisés sur les communes de Marseille, Marignanes, Septème-les-Vallons, Gémenos et La Ciotat et au Pharo (siège de l'enquête publique) ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

• Consultation du dossier sur support papier sur les 19 lieux d'enquête publique ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

Le public pourra formuler ses observations et propositions:

• Par voie électronique, depuis le premier jour de l'enquête à 9h00 et jusqu'au dernier jour de l'enquête à 17h00:

- sur le registre dématérialisé accessible sur le site internet dédié à l'enquête publique, à l'adresse internet suivante: <https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence>

- sur le registre dématérialisé accessible sur le site internet dédié à l'enquête publique, à l'adresse internet suivante:

<https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence> et sur des postes informatiques de consultation localisés au Pharo (siège de l'enquête publique) et dans les communes de Marseille, Marignanes, Septème-les-Vallons, Gémenos et La Ciotat

ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

- par courrier électronique à l'adresse de messagerie suivante: rpi-territoire-marseille-provence@mail.registre-numerique.fr

• Sur les registres d'enquête papier à feuillets non mobiles, cotés et paraphés avant l'ouverture de l'enquête publique par un des membres titulaires de la commission d'enquête - ces registres seront disponibles sur 19 lieux d'enquête publique et ce pendant toute la durée de l'enquête, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

• Par courrier adressé par voie postale entre le premier et le dernier jour de l'enquête publique (le cachet de la poste faisant foi), à: M. Jacques RETUR - Président de la commission d'enquête d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi),

mercredi 1 septembre 2021

Annexe IV-2. Annonces presse - La Provence - 21 septembre 2021

Annonces légales

CONTACT : 04.91.86.46.30 - 21@laprovence-metropole.fr
www.laprovence-metropole.fr

Mardi 21 septembre 2021
Publication publiée par arrêté de délégation de la Préfecture de Marseille

ANNONCES LEGALES



AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

AVIS PUBLICS RELATIF AU PROJET D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNALE (RLPI) DU TERRITOIRE MARSEILLE-PROVENCE

Par arrêté n°2112021 en date du 20 septembre 2021, le Président du Conseil de Territoire Marseille-Provence a autorisé l'ouverture de l'enquête publique portant sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPI) du Territoire Marseille-Provence de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

Ce projet vise à adapter la réglementation nationale de publicité, des enseignes et des panneaux à un contexte local afin de protéger le cadre de vie, le patrimoine et les paysages sur le Territoire Marseille-Provence.

L'enquête publique est ouverte du Jeudi 18 septembre 2021 à 09h00 au Lundi 18 octobre 2021 à 17h00.

Une commission d'enquête a été désignée par le Tribunal administratif de Marseille, ayant pour Président : M. Jacques RETUR - enseignant-chercheur en économie et gestion, et pour membres titulaires M. François COLETTI - Professeur des Universités retraité, Mme. Brigitte HERMEL - Adjointe Administration retraitée.

Le siège de l'enquête publique est situé au siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence : 88 boulevard Charles-Léon, - Le Pharo - Marseille 13ème (adresse postale : BP 80916 - 13087 MARSEILLE CEDEX 02).

Le public pourra prendre connaissance du dossier soumis à enquête publique, selon les modalités suivantes :

Consultation du dossier sous forme numérique :

- depuis le premier jour de l'enquête publique à 09h00, jusqu'au dernier jour de celle-ci à 17h00, sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence : <http://www.aixmarseilleprovence.fr>, sur le site de la Territoire Marseille-Provence ;

- sur les postes informatiques de consultation localisés sur les communes de Marseille, Marguerite, Septèmes-les-Vallons, Gannes et La Caze et au Pharo (siège de l'enquête publique) ouverte pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, sous réserve exceptionnelle notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19 ;

Consultation du dossier sur support papier sur les 18 lieux d'enquête publique ouverte pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, sous réserve exceptionnelle notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

Le public pourra formuler ses observations et propositions :

Par voie électronique, depuis le premier jour de l'enquête à 09h00 et jusqu'au dernier jour de l'enquête à 17h00 ;

- sur le registre électronique accessible sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence : <http://www.aixmarseilleprovence.fr> et sur les postes informatiques de consultation localisés au Pharo (siège de l'enquête publique) et dans les communes de Marseille, Marguerite, Septèmes-les-Vallons, Gannes et La Caze ouverte pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, sous réserve exceptionnelle notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19 ;

- par courrier électronique à l'adresse de messagerie suivante : tp-territoire-marseille-provence@aixmarseilleprovence.fr

Sur les registres d'enquête papier à feuilles non numérotées, cotés et paraphés, avant l'ouverture de l'enquête publique par un des membres titulaires de la commission d'enquête - ces registres seront déposés sur les 18 lieux d'enquête publique et ce pendant toute la durée de l'enquête, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, sous réserve exceptionnelle notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

Par courrier adressé par voie postale entre le premier et le dernier jour de l'enquête publique (à caractère de poste taxé fait), à :

M. Jacques RETUR - Président de la commission d'enquête et projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPI),
Métropole Aix-Marseille-Provence - Directeur de la Planification et de l'Urbanisme - Territoire Marseille-Provence - BP 80916 - 13087 MARSEILLE CEDEX 02

Lieu d'accès à l'enquête publique et permanences :

COMMUNE	ADRESSE DES LIEUX D'ENQUÊTE PUBLIQUE	JOURS ET HEURES D'OUVERTURE DES LIEUX D'ENQUÊTE À L'ENQUÊTE PUBLIQUE	DATES ET HORAIRES DES PERMANENCES DE LA COMMISSION D'ENQUÊTE	COMMUNE	ADRESSE DES LIEUX D'ENQUÊTE PUBLIQUE	JOURS ET HEURES D'OUVERTURE DES LIEUX D'ENQUÊTE PUBLIQUE	DATES ET HORAIRES DES PERMANENCES DE LA COMMISSION D'ENQUÊTE
ARLEUX	Service urbanisme municipal Mairie Jean-Baptiste Trélat Rue Napoléon 13180 Arleux 06 91 10 48 00	Du lundi au vendredi : 09h00-12h / 14h-17h Dimanche et enquête papier	Jeudi 23 septembre 2021 : 09 à 12h	LE FOVE	Mairie de St. Jacques Boulevard 12740 Le Fove 06 91 48 00 00	Du lundi au jeudi : 09h00-12h / 14h-17h00 Vendredi : 09h00-12h / 14h-17h Dimanche et enquête papier	Vendredi 16 septembre 2021 : 09 à 12h
CARDOU-EN-PROVENCE	Mairie de St. 18 avenue du Maréchal Juin 13070 Cardou-Provence 06 42 73 48 00	Du lundi au vendredi : 09h00-12h / 14h-17h Dimanche et enquête papier	Lundi 11 octobre 2021 : 09 à 12h	MARGUERITE	Quai de la République Mairie - Rue de Verdun 13100 Marguerite 06 42 35 11 11	Du lundi au vendredi : 09-18h Dimanche et enquête papier et numérique	Jeudi 18 septembre 2021 : 09 à 12h Lundi 18 octobre 2021 : 13h à 16h
CARRY-LE-ROUET	Service urbanisme-régional 3, 50 Promenade Jean- 13000 Carry-le-Rouet 06 42 12 26 35	Du lundi au vendredi : 09h-12h / 14h-17h Dimanche et enquête papier	Lundi 27 septembre 2021 : 09 à 12h	MARSEILLE	siège de l'enquête siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence Le Pharo 88 boulevard Charles-Léon 13007 Marseille 06 91 88 00 00	Du lundi au vendredi : 09h00-12h00 / 13h00-17h Dimanche et enquête papier et numérique	Jeudi 18 septembre 2021 : 09 à 12h Lundi 18 octobre 2021 : 14h à 17h
CASSIS	Mairie de ville Place Bagnac 13000 Cassis 06 42 18 26 36	Du lundi au jeudi : 09h00-12h00 / 13h00-18h00 Le Vendredi : 09h00-12h00 / 13h00-18h00 Dimanche et enquête papier	Mardi 28 septembre 2021 : 14h à 17h	MARSEILLE	Direction Générale adjointe de l'Urbanisme Au Fortin et du Patrimoine (Services Municipaux) 40 rue Foch 13007 Marseille 06 91 88 00 00	Du lundi au vendredi : 09-12h / 13h00-16h45 Dimanche et enquête papier et numérique	Vendredi 17 septembre 2021 : 09 à 12h Mardi 12 octobre 2021 : 14h à 17h Jeudi 14 octobre 2021 : 09 à 12h
CESTES	Mairie de ville Place de Général-de-Gaulle 13000 Cèstes 06 42 63 71 12	Du lundi 09h00-12h00 / 13h00-17h Mardi et Jeudi : 09h00-17h Sur rendez-vous uniquement Dimanche et enquête papier	Vendredi 24 septembre 2021 : 09 à 12h	PLAN-DE-COUVES	Direction de l'urbanisme Rue de la Libération 13000 Plan-de-Couves 06 91 88 00 00	Du lundi au vendredi : 09-12h / 14h-17h Dimanche et enquête papier	Vendredi 7 octobre 2021 : 14h à 17h
CHATELAIN-LES-MARTIGUES	Mairie de ville 3 Place René 13000 Châteauneuf-les-Martigues 06 42 78 00 00	Du lundi au vendredi : 09h00-12h / 13h00-17h Dimanche et enquête papier	Vendredi 24 septembre 2021 : 09 à 12h	ROQUEFORT- LA-MOUCHE	Mairie de ville Place de la Liberté 13000 Roquefort-la-Mouche 06 42 73 71 12	Du lundi au vendredi : 09h00-12h / 13h00-17h Samedi : 09h00-12h 13h00-17h00 Dimanche et enquête papier	Vendredi 8 octobre 2021 : 09 à 12h
ENVAU-LE-RODONNE	Mairie de ville 75 avenue du Général-Maheux 13000 Envau-le-Rodonne 06 42 64 00 00	Du lundi au vendredi : 09h00-12h / 13h00-17h Dimanche et enquête papier	Lundi 4 octobre 2021 : 14h à 17h	SKIN-VICTOIRE	Mairie de ville (Service urbanisme) Avenue Albert-Maignan 13000 Skin-Victoire 06 42 18 32 00	Du lundi au Jeudi : 09h00-12h Dimanche et enquête papier	Mardi 12 octobre 2021 : 09 à 12h
GANNES	Mairie de ville Rue Maréchal-des-Lièges 13000 Gannes 06 42 32 00 00	Du lundi au Vendredi : 09h00-12h / 13h00-17h Dimanche et enquête papier et numérique	Mardi 27 septembre 2021 : 09 à 12h Vendredi 16 octobre 2021 : 14h à 17h	SAUSSET-LES-PINS	Mairie de ville (Service urbanisme) Place des Droits de l'Homme 13000 Sausset-les-Pins 06 42 64 21 35	Du lundi au vendredi : 09h00-12h Samedi : 09h00-12h Dimanche et enquête papier	Lundi 20 septembre 2021 : 14h à 17h
SEPTÈMES-LES-VALLONS	Direction des Services Municipaux Service urbanisme 3 avenue des Portules 13100 Septèmes-les-Vallons 06 42 77 00 00	Lundi, mercredi et vendredi : 09h00-12h Dimanche et enquête papier	Vendredi 17 octobre 2021 : 14h à 17h	SEPTÈMES-LES-VALLONS	Mairie de ville (Service urbanisme) Place Pierre Didier Tichon 13100 Septèmes-les-Vallons 06 91 88 21 00	Du lundi au vendredi : 09h00-17h00 Dimanche et enquête papier et numérique	Lundi 20 septembre 2021 : 09 à 12h Lundi 11 octobre 2021 : 14h à 17h
LA-COUCHE	Mairie de ville Rue du des Mésanges-Martin 13000 La Caze 06 42 08 00 00	Lundi et vendredi : 14h-17h Mardi et Jeudi : 09-12h Dimanche et enquête papier et numérique	Jeudi 16 septembre 2021 : 09 à 12h Lundi 18 octobre 2021 : 14h à 17h				

Maire d'Arleux / Maire de Marseille / Maire de Cassis / Maire de Cèstes / Maire de Carry-le-Rouet / Maire de Cestès / Maire de Châteauneuf-les-Martigues / Maire de Envau-le-Rodonne / Maire de Gannes / Maire de Septèmes-les-Vallons / Maire de Sausset-les-Pins / Maire de Skin-Victoire / Maire de St-Jacques / Maire de Territoire Marseille-Provence - Directeur de la Planification et de l'Urbanisme - Territoire Marseille-Provence - BP 80916 - 13087 MARSEILLE CEDEX 02

Autorité compétente pour statuer et décisions pouvant être prises au terme de l'enquête :
Approbation du Règlement Local de Publicité Intercommunale du Territoire Marseille-Provence par le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence qui pourra décider d'apporter des modifications au vu des résultats de l'enquête publique.

Periode et lieux de consultation de rapport et des conclusions de la commission d'enquête :
Le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables sur le dossier durant 1 an à compter de leur publication, sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence <http://www.aixmarseilleprovence.fr> et sur les postes informatiques de consultation localisés sur les communes de Marseille, Marguerite, Septèmes-les-Vallons, Gannes et La Caze et au Pharo (siège de l'enquête publique) ouverte pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, sous réserve exceptionnelle notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19 ;

Modalités environnementales :

Absence d'évaluation environnementale sur la procédure d'élaboration du RLPI (et pas soumise à évaluation environnementale (y a-t-il un plan de gestion de l'air ou pas))

Annexe IV-2. Annonces presse - La Marseillaise - 21 septembre 2021

28 La Marseillaise / mardi 21 septembre 2021

PROVENCE / ANNONCES LÉGALES ET JUDICIAIRES

ANNONCES LÉGALES

HABILITE A PUBLIER PAR ARRETE PREFECTORAL



TERRITOIRE
MARSEILLE
PROVENCE

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE
Enquête publique relative au projet d'élaboration
du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI)
du Territoire Marseille-Provence

Par arrêté n°21/122/CT en date du 25 Mai 2021, le Président du Conseil de Territoire Marseille-Provence a ordonné l'ouverture de l'enquête publique portant sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) du Territoire Marseille-Provence de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

Ce projet consiste à adapter le règlementation nationale de publicité, des enseignes et des pré-enseignes à un contexte local afin de protéger le cadre de vie, le patrimoine et les paysages sur le Territoire Marseille-Provence.

L'enquête publique se déroulera du **Jeu 16 septembre 2021 à 9h00** au **lun 18 octobre 2021 à 17h00**.

Une commission d'enquête a été désignée par le Tribunal Administratif de Marseille, ayant pour Président : M. Jacques RETUR - enseignant en économie et gestion; et pour membres Stéphanie M. François COLETTI - Professeur des Universités retraité; Mme. Brigitte HERUBEL - Attachée administration retraitée.

Le siège de l'enquête publique est situé au siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence : 58 boulevard Charles-Livon, - Le Pharo - Marseille 7ème (adresse postale : BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02).

Le public pourra prendre connaissance du dossier soumis à enquête publique, selon les modalités suivantes :

• Consultation du dossier sous forme numérique :

- depuis le premier jour de l'enquête publique à 9h00, jusqu'au dernier jour de celle-ci à 17h00, sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence : <https://www.aixmarseilleprovence.fr>, sur le site du Territoire Marseille-Provence : <https://www.territoire-marseille-provence.fr>, et sur le site : <https://www.segpaire-metropole.fr/rlpi-territoire-marseille-provence>

- sur des postes informatiques de consultation localisés sur les communes de Marseille, Margiana, Septèmes-les-Vallons, Girménos et La Ciotat et au Pharo (siège de l'enquête publique) ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19 (cf. tableau ci-dessous).

• Consultation du dossier sur support papier sur les 19 lieux d'enquête publique ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

Le public pourra formuler ses observations et propositions :

• Par voie électronique, depuis le premier jour de l'enquête à 9h00 et jusqu'au dernier jour de l'enquête à 17h00 :

- sur le registre dématérialisé accessible sur le site internet dédié à l'enquête publique, à l'adresse internet suivante : <https://www.rglpi.fr/consultation> et sur des postes informatiques de consultation localisés au Pharo (siège de l'enquête publique) et dans les communes de Marseille, Margiana, Septèmes-les-Vallons, Girménos et La Ciotat ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

- par courrier électronique à l'adresse de messagerie suivante : rlpi@aixmarseilleprovence.fr

• Sur les registres d'enquête papier à feuillets non mobiles, cotés et paraphés avant l'ouverture de l'enquête publique par un des membres titulaires de la commission d'enquête - ces registres seront disponibles sur les 19 lieux d'enquête publique et ce pendant toute la durée de l'enquête, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la

crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

• Par courrier adressé par voie postale entre le premier et le dernier jour de l'enquête publique (le cachet de la poste faisant foi) :

Mr Jacques RETUR - Président de la commission d'enquête du projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI), Métropole Aix-Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme - Territoire Marseille-Provence - BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02

• Lors des permanences de la commission d'enquête mentionnées dans le tableau figurant ci-dessous.

Maîtres d'ouvrage / personnes responsables auprès desquelles demander des informations :

• Métropole Aix-Marseille-Provence / Territoire Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme du Territoire Marseille-Provence située CMCI, 2 rue Henri Barbusse - Marseille 1er (adresse postale : BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02)

Autorités compétentes pour statuer et décisions pouvant être prises au terme de l'enquête :

• Approbation du Règlement Local de Publicité Intercommunal du Territoire Marseille-Provence par le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence qui pourra décider d'apporter des modifications au vu des résultats de l'enquête publique.

• sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence <https://www.segpaire-metropole.fr/rlpi-territoire-marseille-provence>

• à la Métropole Aix-Marseille-Provence / Territoire Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme, située CMCI, 2 rue Henri Barbusse - Marseille 1er

• dans les mairies des communes du Territoire Marseille-Provence

• à la Préfecture des Bouches-du-Rhône - Place Félix-Baret - Marseille 6ème

Informations environnementales :

• Absence d'évaluation environnementale car la procédure d'élaboration du RLPI n'est pas soumise à évaluation environnementale (ni de plein droit ni selon la procédure d'examen au cas par cas).

13/09/2021

COMMUNES	ADRESSE DES LIEUX D'ENQUETE PUBLIQUE	JOURS ET HEURES D'OUVERTURE DES LIEUX D'ACCES A L'ENQUETE PUBLIQUE et FORMAT DU DOSSIER ET REGISTRE	DATES ET HORAIRES DES PERMANENCES DE LA COMMISSION D'ENQUETE
ALLAUCH	Service urbanisme municipal Morie Jean-Baptiste Tinet, rue Notre Dame 13190 Allauch - Tel : 04 91 10 48 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Jeu 23 septembre 2021 : 9h à 12h
CARNOUX-EN-PROVENCE	Hôtel de Ville 19 avenue du Maréchal Juin 13470 Carnoux-en-Provence - Tel : 04 42 73 49 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Dossier et registre papier	Lundi 11 octobre 2021 : 9h à 12h
CARRY-LE-ROUET	Service urbanisme-cadastre 5, bd Philippe Jourde 13620 Carry-le-Rouet - Tel : 04 42 13 25 25	Du lundi au vendredi : 8h-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Lundi 27 septembre 2021 : 9h à 12h
CASSIS	Hôtel de ville Place Baragnon 13260 Cassis - Tel : 04 42 18 38 38	Du lundi au jeudi : 8h30-12h / 13h30-17h Le Vendredi : 8h30-12h30 / 13h30-16h30 Dossier et registre papier	Mardi 28 septembre 2021 : 14h à 17h
CEYRESTE	Hôtel de ville Place du Général-de-Gaulle 13600 Ceyreste - Tel : 04 42 83 77 10	Du lundi : 8h30-11h30 / 13h30-17h Mardi et Jeudi : 13h30-17h Sur rendez-vous uniquement Dossier et registre papier	Vendredi 24 septembre 2021 : 9h à 12h
CHATEAUNEUF-LES-MARTIGUES	Hôtel de Ville 3 Place Bellot 13220 Châteauneuf-les-Martigues Tel : 04 42 76 89 00	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h30 Dossier et registre papier	Vendredi 24 septembre 2021 : 9h à 12h
ENSUES-LA-REDONNE	Hôtel de ville 15 avenue du Général Monsabert 13620 Ensues-la-Redonne - Tel : 04 42 44 88 88	Du lundi au vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Dossier et registre papier	Lundi 4 octobre 2021 : 14h à 17h
GEMENOS	Hôtel de ville Rue Maréchal-des-Logis Planzol 13420 Girménos - Tel : 04 42 32 89 00	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h15 / 13h30-17h Dossier et registre papier et numérique	Mardi 21 septembre 2021 : 9h à 12h Vendredi 15 octobre 2021 : 14h à 17h
GIGNAC-LA-NERTHE	Direction des Services Techniques municipaux Service urbanisme, 2 avenue des Fortunes 13180 Gignac-la-Nerthe - Tel : 04 42 77 00 00	Lundi, mercredi et vendredi : 8h30-12h Dossier et registre papier	Vendredi 1er octobre 2021 : 14h à 17h
LA CIOTAT	Hôtel de ville Point-point des Mesopotamies Maritimes 13600 La Ciotat - Tel : 04 42 08 88 00	Lundi et vendredi : 14h-17h Mardi et Jeudi : 9h-12h Dossier et Registre papier et numérique	Jeu 16 septembre 2021 : 9h à 12h Lun 18 octobre 2021 : 14h à 17h
LE ROVE	Hôtel de ville 4, rue Jacques Duclos 13740 Le Rouve - Tel : 04 91 46 80 00	Du lundi au jeudi : 8h30-12h / 14h-17h30 Vendredi : 8h30-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Vendredi 15 octobre 2021 : 9h à 12h
MARIGNANE	Guchet unique espace Marignane 4 Rue de Verdun 13700 Marignane - Tel : 04 42 31 11 11	Du lundi au Vendredi : 9h-16h Dossier et registre papier et numérique	Jeu 16 septembre 2021 : 9h à 12h Lun 18 octobre 2021 : 13h à 16h
MARSEILLE siège de l'enquête	Siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence Le Pharo 58 boulevard Charles Livon 13007 Marseille - Tel : 04 91 99 99 00	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h30 / 13h30-17h Dossier et registre papier et numérique	Jeu 16 septembre 2021 : 9h à 12h Lun 18 octobre 2021 : 14h à 17h
MARSEILLE	Direction Générale adjointe de l'Urbanisme, du Foncier et du Patrimoine Services Municipaux, 40 rue Fauchier 13002 Marseille - Tel : 04 91 55 33 07	Du lundi au vendredi : 9h-12h / 13h45-16h45 Dossier et registre papier et numérique	Vendredi 17 septembre 2021 : 9h à 12h Mardi 28 septembre 2021 : 13h45 à 16h45 Jeu 14 octobre 2021 : 9h à 12h
PLAN-DE-CUQUES	Direction de l'urbanisme Rue du Vert-Coteau 13380 Plan-de-Cuques - Tel : 04 91 10 40 40	Du lundi au vendredi : 8h-12h / 14h-17h Dossier et registre papier	Vendredi 1er octobre 2021 : 14h à 17h
ROQUEFORT-LA-BEDOULE	Hôtel de ville Place de la Libération 13630 Roquefort-la-Bédoule - Tel : 04 42 73 21 12	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h / 13h30-17h Mercredi : 8h30-12h / 13h30-17h30 Dossier et registre papier	Vendredi 8 octobre 2021 : 9h à 12h
SAINT-VICTOIRET	Hôtel de ville Service urbanisme, Esplanade Albert-Mairet 13730 Saint-Victoret - Tel : 04 42 15 32 00	Du lundi au Jeudi : 8h30-12h Dossier et registre papier	Mardi 12 octobre 2021 : 9h à 12h
SAUSSET-LES-PINS	Hôtel de ville Service urbanisme, Place des Droits de l'Homme 13960 Sausset-les-Pins - Tel : 04 42 44 51 51	Du lundi au Vendredi : 8h30-12h et de 14h à 17h Sur rendez-vous Dossier et registre papier	Lundi 20 septembre 2021 : 14h à 17h
SEPTEMES-LES-VALLONS	Hôtel de ville Service urbanisme, Place Pierre Didier Tramoni 13240 Septèmes-les-Vallons Tel : 04 91 96 31 00	Du lundi au Vendredi : 8h30-17h30 Dossier et registre papier et numérique	Lundi 20 septembre 2021 : 9h à 12h Lun 11 octobre 2021 : 14h à 17h

Annexe IV-3. Avis d'enquête publique



**AIX
MARSEILLE
PROVENCE**

TERritoire
**MARSEILLE
PROVENCE**

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

Enquête publique relative au projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Territoire Marseille-Provence

Par arrêté n°21/122/CT en date du 25 Mai 2021, le Président du Conseil de Territoire Marseille-Provence a ordonné l'ouverture de l'enquête publique portant sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Territoire Marseille-Provence de la Métropole Aix-Marseille-Provence.
Ce projet consiste à adapter la réglementation nationale de publicité, des enseignes et des pré-enseignes à un contexte local afin de protéger le cadre de vie, le patrimoine et les paysages sur le Territoire Marseille-Provence.

L'enquête publique se déroulera du Jeudi 16 septembre 2021 à 9h00 au lundi 18 octobre 2021 à 17h00.
Une commission d'enquête a été désignée par le Tribunal Administratif de Marseille, ayant pour Président : M. Jacques RETUR – enseignant en économie et gestion, et pour membres titulaires M. François COLETTI – Professeur des Universités retraité; Mme. Brigitte HERUEBEL – Attachée administration retraitée.

Le siège de l'enquête publique est situé au siège de la Métropole Aix-Marseille-Provence : 58 boulevard Charles-Livon, « Le Pharo » - Marseille 7^e (adresse postale: BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02).

Le public pourra prendre connaissance du dossier soumis à enquête publique, selon les modalités suivantes :

- Consultation du dossier sous forme numérique :
 - depuis le premier jour de l'enquête publique à 9h00, jusqu'au dernier jour de celle-ci à 17h00, sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence : <https://www.ampmetropole.fr>, sur le site du Territoire Marseille-Provence : <https://www.marseille-provence.fr> et sur le site : <https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence>
 - sur des postes informatiques de consultation localisés sur les communes de Marseille, Marignane, Septème-les-Vallons, Gémenos et La Ciotat et au Pharo (siège de l'enquête publique) ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19 (cf. tableau ci-dessous).
- Consultation du dossier sur support papier sur les 19 lieux d'enquête publique ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.

Le public pourra formuler ses observations et propositions :

- Par voie électronique, depuis le premier jour de l'enquête à 9h00 et jusqu'au dernier jour de l'enquête à 17h00 :
 - sur le registre dématérialisé accessible sur le site internet dédié à l'enquête publique, à l'adresse internet suivante : <https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence> et sur des postes informatiques de consultation localisés au Pharo (siège de l'enquête publique) et dans les communes de Marseille, Marignane, Septème-les-Vallons, Gémenos et La Ciotat ouverts pendant toute la durée de celle-ci, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.
 - par courrier électronique à l'adresse de messagerie suivante : rpi-territoire-marseille-provence@mail.registre-numerique.fr
- Sur les registres d'enquête papier à feuillets non mobiles, cotés et paraphés avant l'ouverture de l'enquête publique par un des membres titulaires de la commission d'enquête – ces registres seront disponibles sur les 19 lieux d'enquête publique et ce pendant toute la durée de l'enquête, aux jours, horaires et modalités d'ouverture de ces lieux, hors fermetures exceptionnelles notamment en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID 19.
- Par courrier adressé par voie postale entre le premier et le dernier jour de l'enquête publique (le cachet de la poste faisant foi), à :
M. Jacques RETUR - Président de la commission d'enquête du projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi),
Métropole Aix-Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme - Territoire Marseille-Provence - BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02
- Lors des permanences de la commission d'enquête mentionnées dans le tableau figurant ci-après.

Lieux d'accès à l'enquête publique et permanences :

Commune	Adresse de l'installation	Horaires d'ouverture	Modalités d'accès	Modalités de consultation	Modalités de consultation	Modalités de consultation
Aix-en-Provence	58 boulevard Charles-Livon, « Le Pharo »	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Arles	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Avignon	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Bagnols-les-Forts	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Bonnieux	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Brignoles	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Carpiquet	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Cavaillon	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Cassis	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Cavaillon	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Châteauneuf	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Courmaison	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Étampes	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Fontvieille	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Genolieu	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site
Gréoux-les-Bains	10 rue de la République	du 16/09/2021 à 09h00 au 18/10/2021 à 17h00	ouvert	sur site	sur site	sur site

Maîtres d'ouvrage / personnes responsables auprès desquelles demander des informations :

- Métropole Aix-Marseille-Provence / Territoire Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme du Territoire Marseille-Provence située CMCI, 2 rue Henri Barbousse - Marseille 1^{er} (adresse postale: BP 48014 - 13567 MARSEILLE CEDEX 02)

Autorités compétentes pour statuer et décisions pouvant être prises au terme de l'enquête :

- Approbation du Règlement Local de Publicité intercommunal du Territoire Marseille-Provence par le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence qui pourra décider d'apporter des modifications au vu des résultats de l'enquête publique.

Période et lieux de consultation du rapport et des conclusions de la commission d'enquête :

- Le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables par le public durant 1 an à compter de leur publication.
- sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence : <https://www.registre-numerique.fr/rpi-territoire-marseille-provence>
- à la Métropole Aix-Marseille-Provence / Territoire Marseille-Provence - Direction de la Planification et de l'Urbanisme, située CMCI, 2 rue Henri Barbousse - Marseille 1^{er}
- dans les mairies des communes du Territoire Marseille-Provence
- à la Préfecture des Bouches-du-Rhône - Place Félix-Baret - Marseille 6^e

Informations environnementales :

- Absence d'évaluation environnementale car la procédure d'élaboration du RLPi n'est pas soumise à évaluation environnementale (ni de plein droit ni selon la procédure d'examen au cas par cas).

Annexe IV-4. Le procès-verbal de synthèse des observations

ORGANISATION DE L'ENQUÊTE

Une commission d'enquête composée de 3 commissaires-enquêteurs :

- . M. Jacques RETUR, président ;
 - . M. François COLETTI, membre titulaire ;
 - . Mme Brigitte HERUBEL, membre titulaire ;
- a été désignée par décision n° E21000041/13 du 27 avril 2021 de Madame la 1^{ère} Vice-présidente du Tribunal Administratif de Marseille.

L'enquête s'est déroulée du jeudi 16 septembre 2021 à 9h00 au lundi 18 octobre 2021 à 17h00, soit sur une durée de 33 jours.

L'information préalable du public a été assurée :

- . par la publication de l'avis d'enquête quinze jours avant le début de cette enquête et rappelé dans les huit premiers jours de cette dernière dans la presse régionale ;
- . par voie d'affichage ;
- . au moyen d'un encart sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence ;
- . et d'un encart sur le site internet du Territoire de Marseille Provence.

Le public a pu prendre connaissance du dossier soumis à enquête publique :

- . sous forme numérique :
 - sur les sites internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence et du Territoire Marseille-Provence ainsi que sur le registre dématérialisé dédié à l'enquête ;
 - à partir de postes informatiques de consultation, dans plusieurs communes du territoire ;
- . ou sur support papier dans les 19 lieux d'enquête publique.

Le public a pu formuler ses contributions :

- . par voie électronique :
 - sur le registre dématérialisé dédié à l'enquête publique et sur les postes informatiques précités ;
 - par courrier électronique ;
- . sur les registres d'enquête papier à feuillets non mobiles, cotés et paraphés avant l'ouverture de l'enquête publique ;
- . ou par courrier adressé par voie postale, entre le premier et le dernier jour de l'enquête publique, au président de la commission d'enquête.

Le public a eu la possibilité de rencontrer un commissaire enquêteur au cours des 26 permanences assurées sur les 19 lieux dédiés à cette enquête.

BILAN DE LA PARTICIPATION

La quasi-totalité des contributions a été déposée par voie dématérialisée (registre numérique et courriel).

Tous modes d'expression confondus, l'enquête publique a suscité 61 contributions, dont 12 émanant de « robots informatiques » et 1 déposée en double. C'est donc finalement un total de 48 contributions qui ont été validées par la commission.

La plupart d'entre elles suggérant plusieurs points d'intérêt, c'est un total de 163 observations qui ont été répertoriées (89 provenant de particuliers, 36 d'associations, 10 de communes et 28 de professionnels de la publicité.)

9 observations « générales » expriment l'hostilité à la publicité, dont elles critiquent à la fois l'omniprésence et le contenu.

7 observations sont considérées comme étant « hors enquête », sur des sujets ne relevant pas du RLPi.

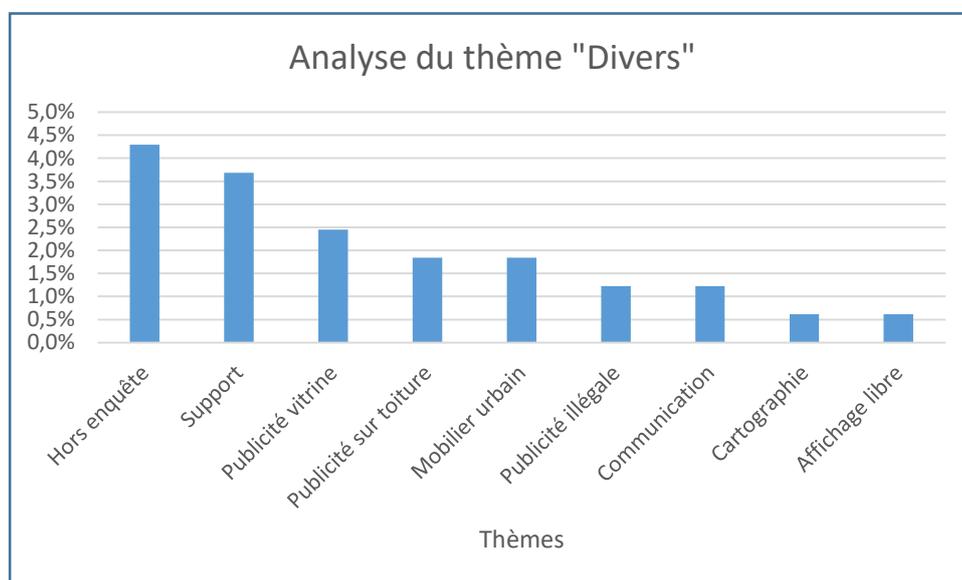
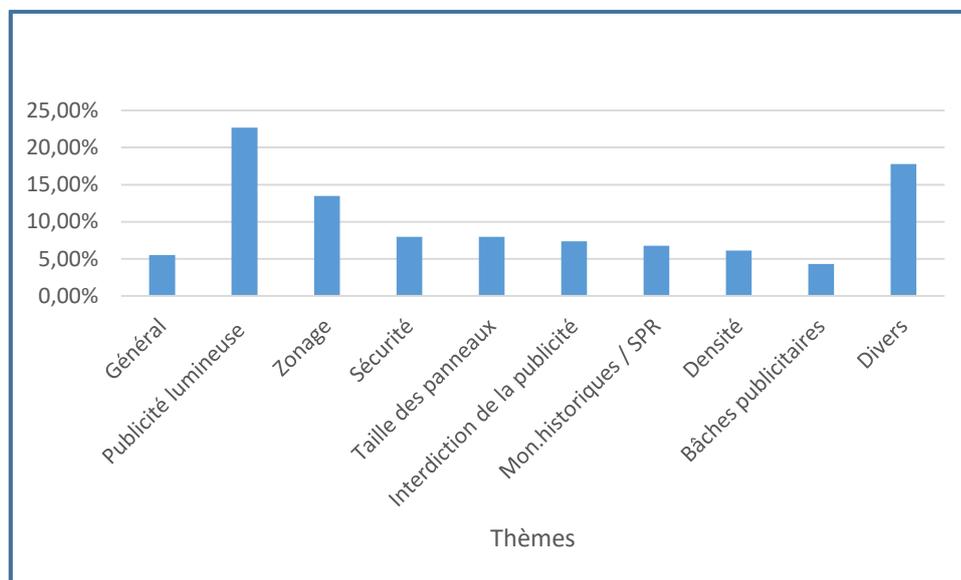
Pendant ses permanences, la commission n'a reçu que deux visites et seule une contribution a été déposée sur le registre papier (doublée par un envoi sur le registre dématérialisé).

ANALYSE SUCCINCTE DES OBSERVATIONS

La commission a procédé successivement :

- . à la décomposition des contributions en observations (cf. tableau annexe 1) ;
- . puis au regroupement de ces observations au regard des thèmes retenus (cf. tableau annexe 2).

I. ANALYSE PAR THÈME



. Sur la publicité en général

Ce thème regroupe 9 observations, soit plus de 5% du total.

Les particuliers considèrent que la publicité commerciale va à l'encontre des enjeux liés au dérèglement climatique et aux accords de Paris.

Certaines observations suggèrent une plus grande orientation de cette publicité vers la transition écologique, le végétarisme, le « bio » et la consommation locale.

Les professionnels de la publicité constatent que bien souvent, sur certains axes, les enseignes sont plus nombreuses que les publicités.

Ils regrettent enfin qu'aucun impact sur le modèle économique et social de la publicité n'ait été intégré au RLPI.

. La publicité lumineuse

De loin le plus important, ce thème regroupe 37 observations et représente près de 23% du total. Il regroupe la publicité éclairée (au moyen de néons ou de led) ou purement numérique, cette dernière étant particulièrement critiquée.

Jugée agressive par les particuliers et les associations, grosse consommatrice d'électricité, d'un bilan carbone ou énergétique désastreux et contraire aux enjeux environnementaux, sa suppression est réclamée, tout particulièrement dans les centres villes et en bord de mer.

Certaines observations demandent à ce que publicités et enseignes lumineuses soient éteintes la nuit.

Les professionnels de la publicité souhaitent eux une réintroduction de la publicité lumineuse dans certaines zones, ainsi que le maintien des dispositifs existants.

La publicité lumineuse en vitrine fait l'objet d'un thème spécifique.

. Le zonage

Ce thème regroupe une autre partie importante des observations, soit plus de 13%.

Les particuliers et associations réclament, en majorité, une extension aux centres villes et au littoral de la zone de restriction forte de la publicité.

Le règlement applicable aux zones commerciales ainsi qu'au port et à l'aéroport est jugé trop permissif et peu ambitieux.

Le projet de réglementation publicitaire concernant les grands axes routiers est regardé comme trop peu restrictif.

Le traitement différencié du centre ville de Marseille par rapport aux autres centres villes du territoire est souligné.

Enfin, une requalification des zones d'interdiction est réclamée par les associations qui souhaitent en augmenter le nombre et par les professionnels qui demandent, au contraire, à le réduire.

. Sur la demande d'interdiction totale de la publicité commerciale

Ce thème représente 12 observations, soit plus de 7% du total.

Les associations et particuliers réclament son interdiction totale parce qu'elle défigure les paysages ruraux et urbains en même temps qu'elle manipule les consommateurs en les incitant à acheter.

En grand nombre, ils considèrent que la publicité fait le jeu des multinationales et des grands groupes publicitaires.

Les professionnels souhaitent eux que le RLPI revienne sur l'interdiction totale de toute publicité sur le domaine public, hors mobilier urbain.

. La sécurité

Un autre thème fréquemment évoqué et qui représente environ 8% des observations.

Pour les particuliers et les associations, les supports publicitaires deviennent des obstacles qui envahissent l'espace public et gênent la circulation des piétons et des cyclistes, même sur les pistes cyclables.

A minima, la suppression des panneaux publicitaires qui masquent les piétons s'engageant sur les passages protégés est souhaitée.

. La taille des panneaux

Ce thème représente également 8% des observations.

Bien qu'un effort réel soit constaté dans ce domaine, les associations et particuliers considèrent qu'elle est encore globalement trop importante.

Ce qui n'est pas l'avis des professionnels qui soulignent, notamment, la difficulté à respecter la nouvelle réglementation aux abords des ronds points.

. Les abords de monuments historiques

Ce thème, qui représente près de 7% des observations, est également très sensible.

Pour les associations, les particuliers et les communes, le règlement proposé apparaît comme très laxiste concernant la règle des 100 m, car bien plus permissif (trop?) que la réglementation nationale. L'obtention systématique de l'accord de l'ABF pour toute implantation dans ces secteurs est, par ailleurs, réclamée par la ville de Marseille.

. La densité des publicités

Ce thème regroupe 6% des observations.

Jugé encore trop importante pour les particuliers et les associations, notamment en centre ville.

Ce qui est loin d'être l'avis des professionnels qui déplorent les objectifs de diminution de leur nombre, tout particulièrement pour l'aéroport et globalement pour le mobilier urbain.

. Les bâches publicitaires

Ce thème représente 4% du total des observations.

Leur interdiction totale est réclamée par les particuliers et les associations, notamment en bord de mer (cas du maintien de la bâche « Zidane »).

A l'opposé, les professionnels réclament leur réintroduction partout où le permet le RNP.

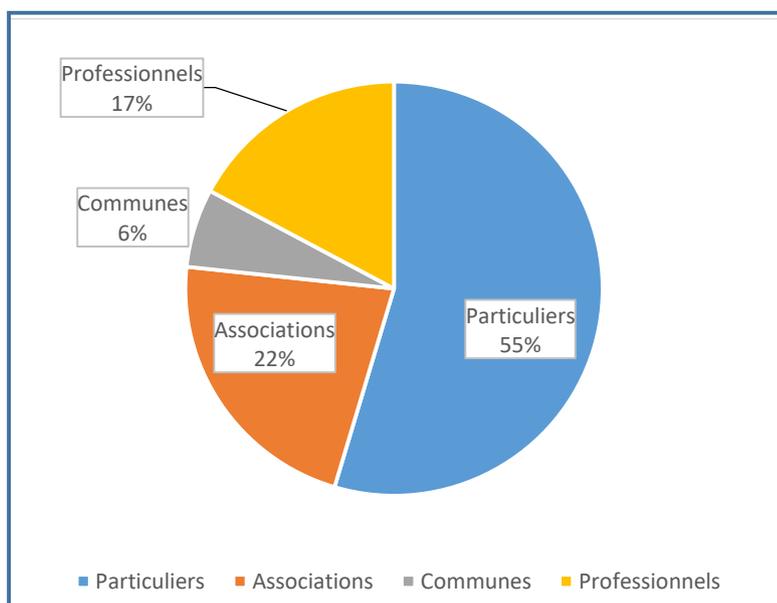
. Le thème « Divers »

Les 9 premiers thèmes représentant 82% du total des observations, ce dernier thème en agrège le solde, soit 18%.

Il s'analyse comme suit, dans l'ordre décroissant de l'importance des observations :

- . des considérations hors enquête (PLUi ou publicité numérique dans le métro par exemple) ;
- . les supports pour lesquels les professionnels attendent des précisions relatives au traitement des faces « déroulantes » et à la couleur « neutre » des encadrements ;
- . la publicité vitrine, souhaitée par une commune lorsqu'elle revêt une forme « traditionnelle » mais fortement décriée par les particuliers lorsqu'elle est numérique ;
- . la publicité sur toiture, dont le maintien est réclamé par les professionnels concernés ;
- . la mobilier urbain qui, pour les particuliers, devrait davantage être dédié à des informations d'intérêt général ;
- . la publicité « sauvage », dénoncée par les particuliers ;
- . la communication sur l'enquête qui aurait pu, pour certains particuliers, être plus « large » ;
- . la cartographie, jugée parfois imprécise, par les professionnels ;
- . les espaces d'affichage libre, qui devraient davantage être respectés.

II. ANALYSE PAR CATÉGORIE DE DÉPOSANT



. Les particuliers

Souhaitent en majorité l'interdiction de la publicité numérique dans les centres villes, en particulier celui de Marseille, sur le littoral, voire même parfois son interdiction totale dans l'ensemble des zones.

La préservation des abords des centres historiques est réclamée et l'absence de publicité dans un périmètre moins permissif demandée.

Enfin, la suppression des bâches publicitaires est souhaitée pour toutes les zones.

. Les associations

Rejoignent les préoccupations des particuliers, en y rajoutant une demande de requalification plus restrictive de certaines zones ainsi qu'une diminution accrue de la taille et de la densité des panneaux.

. Les communes

Certaines d'entre elles souhaitent l'interdiction de la publicité numérique dans les centres villes et les bords de mer, ainsi qu'un périmètre plus restrictif concernant les abords des monuments historiques et SPR.

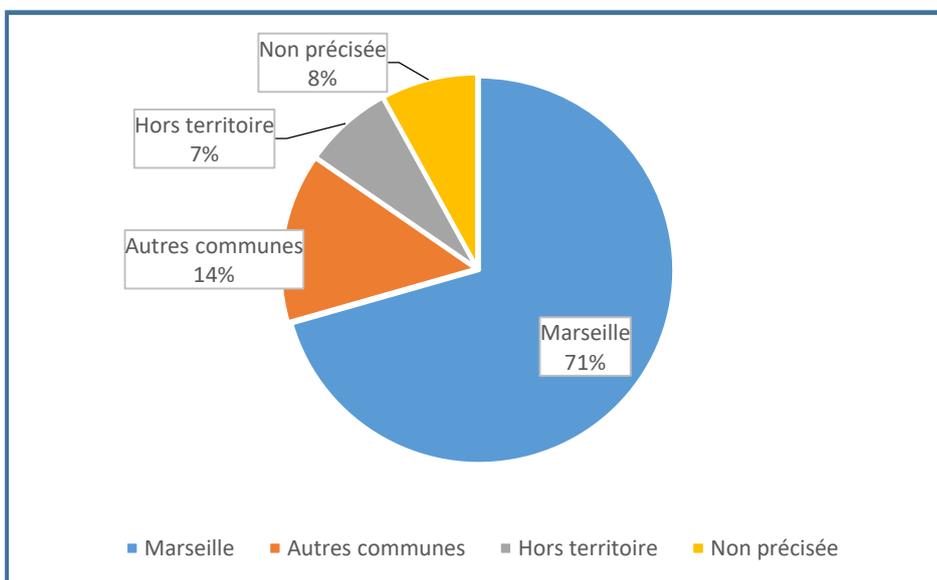
La ville de Marseille souhaite en outre qu'une mention spécifique soit apportée concernant la garantie de la protection des grandes perspectives patrimoniales (avenue du Prado, Canebière, rue St Féréol etc...).

La commune de Sausset-les-pins se déclare favorable à l'installation de panneaux lumineux en entrée de ville et « à des points stratégiques ».

. Les professionnels de la publicité

Estiment que ce RLPi met en danger leur modèle économique et souhaitent un règlement moins restrictif, réaligné sur la réglementation nationale.

III. ANALYSE PAR ORIGINE GÉOGRAPHIQUE



L'origine géographique des observations n'est pas toujours précisée. Dans le cas où elle est mentionnée, on constate qu'elles proviennent en grande majorité d'administrés de la ville de Marseille.

ANNEXE 1 – Décomposition des contributions en observations

N° observation	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution	Thème principal	Catégories
3	3-1		Elsa		La Ciotat	Alors que La Ciotat est une entrée sur le parc national des calanques magnifiques , elle est de plus en plus gâchée par des affiches publicitaires.	Général	Particulier
	3-2		Elsa		La Ciotat	L'entrée de ville est gâchée par des enseignes lumineuses.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	3-3		Elsa		La Ciotat	Préservons notre littoral.	Interdiction de la publicité	Particulier
4	4-1		Shannon		Non précisé	Je souhaite que toutes les publicités soient bannies de l'espace public car elles sont source de traitement de faveur envers les multinationales déjà assez riches. Elles polluent notre environnement car elles incitent les consommateurs à acheter, elles les manipulent.	Interdiction de la publicité	Particulier
	4-2		Shannon		Non précisé	Dans les espaces publicitaires, j'aimerais voir des propositions qui aillent vers la transition écologique, des propositions en lien avec les enjeux climatiques auxquels nous faisons face. J'aimerais également que soient proposés des encarts pour le bien commun et mettre en valeur le végétarisme, le bio et local.	Général	Particulier
5	5-1	Laporte	Jocelin		Marseille	Cette proposition de RLPI fait encore et toujours la part belle à la publicité[...]	Général	Particulier
	5-2	Laporte	Jocelin		Marseille	Alors que la mairie de Marseille avait annoncé la fin des écrans numériques en centre ville on peut lire que ceux ci sont finalement autorisés.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	5-3	Laporte	Jocelin		Marseille	On peut aussi lire que le RLPI sera plus laxiste en certains points que la réglementation nationale notamment à propos de la règles des 100m autour des monuments historiques.	Monuments historiques	Particulier
	5-4	Laporte	Jocelin		Marseille	Dans de nombreuses zones (ZP3, ZP4 et ZP5) c'est la taille limite de 10,5m2 qui a été retenue. Cette taille permet la multiplication des énormes panneaux défigurant notre ville.	Taille panneaux	Particulier
	5-5	Laporte	Jocelin		Marseille	Je souhaiterais une diminution des formats dans toutes ces zones périphériques.	Zonage	Particulier
	5-5	Laporte	Jocelin		Non précisé	Je souhaiterais un contrôle plus fort sur les densités pour diminuer le nombre de panneaux.	Densité	Particulier
	5-6	Laporte	Jocelin		Non précisé	Je souhaiterais aussi que les zones de restriction forte (ZP7) soit étendues aux littoraux et cent	Interdiction de la publicité	Particulier
6	6-1		Etienne		Marseille	Par ailleurs je suis stupéfait à la lecture des avis émis par JC Decaux lors de la concertation publique. Dans la manière dont il rappelle le système de financement du mobilier urbain, leur participation ressemble plus à du chantage qu'à une préconisation.	Général	Particulier
	6-1		Etienne		Marseille	Nous n'avons pas besoin des publicités dans l'espace public. Elles défigurent le paysage ruraux et urbains. Elle détournent notre attention, jouent sur nos affects et utilisent nos biais cognitifs pour faire la promotion d'un mode de vie que nous devons repenser à l'heure de l'urgence face au dérèglement climatique et à l'augmentation inquiétante des inégalités sociales. Il est urgent de réduire drastiquement la place qui leur est accordée dans l'espace public. Pour respecter l'environnement et rendre l'espace public aux personnes qui l'habitent.	Interdiction de la publicité	Particulier
	6-2		Etienne		Marseille	Que les réglementations déjà en place soient appliquées : de trop nombreuses publicités ne respectent pas les tailles, et endroits réglementaires.	Taille panneaux	Particulier
	6-3		Etienne		Marseille	On observe de l'affichage commercial sauvage, ainsi que l'appropriation des espaces de libre expression par des entreprises privées à but lucratif.	Publicité illégale	Particulier
	6-4		Etienne		Marseille	Pour l'interdiction totale des publicités numériques dans les espaces publics, sur le mobilier urbain et dans le métro.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	7-1	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais voir la fin totale des publicités numériques dans l'espace public.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	7-2	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais voir aussi la fin totale des publicités numériques aussi dans les vitrines des commerces qui sont visibles depuis la rue!	Publicité vitrine	Particulier
7	7-3	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais voir la fin de la publicité partout.	Interdiction de la publicité	Particulier
	7-4	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais que les abribus soient l'espace de libre expression dédiés à des informations d'ordre public et d'intérêt général.	Mobilier urbain	Particulier
	7-5	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais que les panneaux d'affichage libres soient plus nombreux, et respectés par les publicitaires.	Affichage libre	Particulier
	8	Ferrandez	Yves		Non précisé	Dans le cadre de la concertation du PLUI, je vous prie de bien vouloir prendre ma demande en considération.	Hors enquête	Particulier
	9	Mairie de Gémenos			Gémenos	Périmètre monuments historiques	Monuments historiques	Commune

N° observation	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution	Thème principal	Catégories
10	10	Dimitri			Non précisé		Hors enquête	Professionnel
11	11		Christophe		Marseille	La publicité à visée commerciale est en totale contradiction avec les enjeux liés au dérèglement climatique et les accords de Paris. Ma proposition est d'interdire toute publicité qui a pour but de vendre des produits ou services qui encouragent une consommation nuisible à l'avenir (produits importés, transports polluants, produits sur-emballés, viande),	Général	Particulier
12	12-1	Houles	Julien		Marseille	Je souhaite la fin de la publicité dans l'espace public. A minima, la suppression des panneaux publicitaires qui masquent les piétons qui s'engagent sur le passage protégé.	Interdiction de la publicité	Particulier
	12-2	Houles	Julien		Marseille	Je souhaite la suppression des panneaux publicitaires qui masquent les piétons qui s'engagent sur les passages protégés.	Sécurité	Particulier
13	13	Bauquin	Bertrand			Bonjour, une obligation à mettre dans le règlement: les panneaux publicitaires ne doivent pas gêner la circulation des piétons ou des cyclistes. C'est à dire, surtout pas comme le panneau lumineux sur le trottoir à côté du David 13008 MARSEILLE.	Sécurité	Particulier
14	14		th		Carry	Ce règlement n'étant pas simple à appréhender, j'aurais souhaité vous poser une question sur un cas pratique pour bien comprendre. La ville de Carry le Rouet a justement fait installer 4 enseignes numériques cette semaine (!) dans les secteurs ZP1c et ZP2a. De ma compréhension, ces publicités numériques sont interdites purement et simplement dans ces zones, sans considération de dimensions ou autres critères? Ai-je bien compris? Si oui, la commune va devoir les retirer?	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
15	15-1		Thomas		Carry	Dans l'optique de réduire la consommation en énergie, et pour que chaque acteur fasse sa part, il me semble absolument nécessaire d'agir en conséquence et d'interdire les écrans numériques publicitaires quelque soit leur taille, quelle que soit la zone d'implantation qui ont un bilan carbone et énergétique désastreux.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	15-2		Thomas		Carry	Les écrans TV dans les vitrines (des agences immobilières souvent...) devraient être interdits et démontés.	Publicité vitrine	Particulier
	15-3		Thomas		Carry	Les écrans d'informations publiques installés par les communes devraient être interdits et démontés. - prendre en compte la nuisance sonore des souffleries - diminuer la luminosité et le côté répétitif des publicités dans le metro, c'est très agressif - prendre en compte la consommation électrique, les composants nécessaires à leur construction, leur recyclage... à l'heure des enjeux environnementaux	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
16	16-1	Mariat	seb		Non précisé	Imposer un système de minuterie au commerçant pour l'extinction et l'allumage des enseignes la nuit	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	16-2	Mariat	seb		Non précisé	Avoir une logique éthique, exemple: publicité pour de la vente en ligne sur un échafaudage face à la mairie centrale alors que les commerces du centre ville souffrent du manque de consommateurs	Bâches	Particulier
17	17	Ronca	Sylvain		Non précisé	Dans l'espace public, je suis plus qu'agressé par les panneaux publicitaires, autant en centre ville que dans les rocades ou voies rapides. De plus, ces messages publicitaires sont le plus souvent moralement discutables, non éthiques, non esthétiques. Je souhaite leur disparition.	Interdiction de la publicité	Particulier
18	18	Atawi	Camille		Ensuès	Les écrans types TV/led n'auraient jamais dû voir le jour: ils éblouissent, ils consomment de l'énergie pour leur fabrication dans des "pays à bas coût" (beaucoup!), ils consomment de l'électricité pour fonctionner (beaucoup!), ils seront sans doute détériorés (durée de vie limitée) et jetés sans être recyclés... Donc ces écrans sont à bannir, partout, même dans les zones commerciales. Un produit utile et bon n'a pas besoin de pub.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
19	19	Mairie commune de Ceyreste		Commune de Ceyreste	Ceyreste	la Commune de Ceyreste souhaite que le règlement autorise la pose d'enseignes de type "lettrages" sur les vitres des commerces dans le centre ancien. Une surface pourrait être autorisée en fonction de la taille de la vitrine.	Publicité vitrine	Commune

N° observation	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution	Thème principal	Catégories
20	20-1	RAP (Résistance à l'Agression Publicitaire)		RAP	Marseille	Surabondance d'affichage publicitaire dans un même secteur (le diagnostic cite notamment les secteurs de la RD4 La Valentine / La Rose, Prado 1 jusqu'au Redon, Jarret-sud, Plombières, Saint-Antoine / La Viste) où la densité d'affichage pose problème.	Densité	Association
	20-2	RAP		RAP	Marseille	Publicités sauvages sur clôture « ouvertes ».	Support	Association
	20-3	RAP		RAP	Marseille	Publicités gênantes sur trottoir ou piste cyclable, qui doivent être contournées par les piétons / cycles.	Sécurité	Association
	20-4	RAP		RAP	Marseille	Maintenant l'affichage possible sur le mobilier urbain (abribus et arrêts de tramway), y compris à proximité immédiate de monuments historiques,	Monuments historiques	Association
	20-5	RAP		RAP	Marseille	Interdire la publicité numérique sur l'ensemble du centre-ville.	Publicité lumineuse et numérique	Association
	20-6	RAP		RAP	Marseille	Faible niveau d'ambition sur le littoral, avec la proposition de maintien de grands formats publicitaires (10m2, bâches autorisées...).	Zonage	Association
	20-7	RAP		RAP	Marseille	Le traitement différencié du centre-ville de Marseille au regard des autres centres-villes et de villages du territoire (ZP1).	Zonage	Association
	20-8	RAP		RAP	Marseille	La publicité numérique est autorisée sur une partie du secteur (la zone hors SPR)	Publicité lumineuse et numérique	Association
	20-9	RAP		RAP	Marseille	En ZP2 (paysages emblématiques), la publicité demeure autorisée, ainsi que les bâches publicitaires, en maintenant pour des raisons « d'usage emblématique » (p.224 du projet de règlement) la bâche dite du « Mur Zidane » sur la Corniche Kennedy, affichage commercial XXL visible depuis la mer.	Bâches	Association
	20-10	RAP		RAP	Marseille	En ZP3 (grands axes routiers), le projet de réglementation assouplit très légèrement la réglementation (l'affichage publicitaire mural et au sol diminue légèrement en surface, passant de 12m2 à 10,5 m2) et limite la publicité au seul mobilier urbain (dont numérique) sur les axes Prado et Michelet. Pourquoi un traitement différencié de ces deux axes ?	Zonage	Association
	20-11	RAP		RAP	Marseille	En ZP4 (Zones commerciales et Port), le RLPI ne joue pas de rôle normatif en se contentant d'appliquer la Réglementation Nationale, très permissive ;	Zonage	Association
	20-12	RAP		RAP	Marseille	En ZP5 (Aéroport), celui-ci fait même pire, en incitant à l'accroissement de la taille des panneaux	Zonage	Association
	20-13	RAP		RAP	Marseille	En ZP6 (autres zones en agglomération), principal zonage du projet de RLPI en matière de superficie, le RAP relève une réglementation à 2 vitesses,	Zonage	Association
21	21-1	Lerouge	Zoe		Marseille	Je suis régulièrement scandalisée par la présence de panneaux publicitaires sur les trottoirs ou les pistes cyclables (souvent étroites) qui présentent un danger important pour la sécurité des usagers et pour leur cohabitation harmonieuse.	Sécurité	Particulier
	21-2	Lerouge	Zoe		Marseille	Limiter AU MAXIMUM leur présence dans l'espace public en interdisant leur présence dans le centre-ville, aux abords des monuments historiques, proche du littoral,	Zonage	Particulier
	21-3	Lerouge	Zoe		Marseille	Limiter la taille des panneaux à 4m2 dans tous les autres lieux.	Taille panneaux	Particulier
	21-4	Lerouge	Zoe		Marseille	Les panneaux numériques doivent être interdits partout.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	21-5	Lerouge	Zoe		Marseille	Il est extrêmement dommage que cette enquête publique ne soit pas plus mise en avant auprès du grand public.	Communication	Particulier
	21-6	Lerouge	Zoe		Marseille	Limiter le nombre de panneaux.	Densité	Particulier
22	22-1	Colpart	Gregory		Marseille	Nous sommes envahis par la publicité à Marseille : trop nombreux panneaux publicitaires et d'autant plus avec les publicités lumineuses et animées.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	22-2	Colpart	Gregory		Marseille	En tant que piéton ou cycliste, les supports publicitaires deviennent des obstacles qui envahissent l'espace public et même les pistes cyclables !	Sécurité	Particulier
23	23-1		Naémie		Marseille	Les publicités sont bien trop nombreuses en ville.	Densité	Particulier
	23-2		Naémie		Marseille	De plus les panneaux lumineux sont extrêmement agressifs pour les yeux, sans parler de les enlever il serait judicieux de réduire leur luminosité (et lumière bleue) à partir d'une certaine heure.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
24	24-1	Reine	Marie		Marseille	une réglementation plus ferme concernant les dimensions des publicités. Ce n'est à mon avis pas normal de voir des publicités géantes en plein cœur de notre ville.	Taille panneaux	Particulier
	24-2	Reine	Marie		Marseille	Les publicités numériques sont particulièrement agressives.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	24-3	Reine	Marie		Marseille	Arrêtons avec les pubs en plein milieu du trottoir ou des voies cyclables, déjà compliquées et insuffisantes ! C'est carrément dangereux !	Sécurité	Particulier
	24-4	Reine	Marie		Marseille	Une réglementation plus appliquée. Les publicités illégales ne sont pas retirées et il semble régner une complète impunité à ce sujet. De même, les publicités sur les panneaux d'affichage libre sont fréquentes.	Publicité illégale	Particulier

N° observation	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution	Thème principal	Catégories
25	25-1	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Il n'est pas rare de constater sur certains axes un nombre d'enseignes bien supérieur aux publicités.	Général	Professionnel
	25-2	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Aucune étude d'impact économique et social dans le RLPI proposé.	Général	Professionnel
	25-3	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Réintroduction publicité sur terrasses et toitures.	Toitures	Professionnel
	25-4	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Préciser la possibilité d'avoir des panneaux à 2 faces déroulantes.	Support	Professionnel
	25-5	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Les éléments d'encadrement de couleur neutre. Autoriser la possibilité d'utiliser une version métallisée, éventuellement en inox.	Support	Professionnel
	25-6	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Revenir sur l'interdiction de toute publicité sur domaine public hors mobilier urbain.	Interdiction de la publicité	Professionnel
	25-7	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Publicité domaine ferroviaire	Zonage	Professionnel
	25-8	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Publicité gares ferroviaire	Hors enquête	Professionnel
	25-9	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Incohérence entre texte et schéma (article P3a2) : rajouter "entamée" à la phrase "1 dispositif par tranche de 80m".	Densité	Professionnel
	25-10	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Revenir au Règlement national de publicité (RNP) pour la zone ZP5 (aéroport).	Densité	Professionnel
	25-11	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Réintroduction des bâches publicitaires dans toutes les zones conformément au RNP.	Bâches	Professionnel
27	27	Brissy	Fabienne		Marseille	Je ne veux pas que les panneaux éclairés se développent.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
28	28-1		Clémence		Marseille	Il serait utile d'enlever les panneaux et autres écrans publicitaires des voies publiques.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	28-2		Clémence		Marseille	Ils sont au milieu des trottoirs et pistes cyclables.	Sécurité	Particulier
29	29-1	Moron	Marie-pierre		Marseille	Faire de notre territoire un lieu sans publicité.	Interdiction de la publicité	Particulier
	29-2	Moron	Marie-pierre		Marseille	On peut abandonner les panneaux lumineux numériques.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	29-3	Moron	Marie-pierre		Marseille	On peut réduire drastiquement le nombre de panneaux.	Densité	Particulier
	29-4	Moron	Marie-pierre		Marseille	On peut réduire drastiquement la taille des panneaux.	Taille panneaux	Particulier
	29-5	Moron	Marie-pierre		Marseille	Libérer les pistes cyclables, les trottoirs, les bords de routes.	Sécurité	Particulier
30	30-1	Gramaglia	Anais		Marseille	A l'aube de la fin de notre équilibre climatique, on ne peut pas mettre des écrans publicitaires numériques.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	30-2	Gramaglia	Anais		Marseille	On voit bien que l'on est dans une escalade du toujours plus.	Densité	Particulier
	30-3	Gramaglia	Anais		Marseille	On voit bien que l'on est dans l'escalade du toujours plus grand.	Taille panneaux	Particulier
	30-4	Gramaglia	Anais		Marseille	Nous pouvons être plus ambitieux : d'autres villes ont totalement chassé la publicité hors des murs.	Interdiction de la publicité	Particulier
31	31	Buthurieux	chrystel		Non précisé	Plan climat	Hors enquête	Particulier
33	33-1	Der-Arsenian	Marc	Commune de Marseille	Marseille	Dans le SPR, et plus particulièrement dans la zone ZP1a faire figurer une mention spécifique destinée à garantir la protection des grandes perspectives patrimoniales.	Monuments historiques	Commune
	33-2	Der-Arsenian	Marc	Commune de Marseille	Marseille	Obtenir l'avis de l'ABF pour ces secteurs.	Monuments historiques	Commune
	33-3	Der-Arsenian	Marc	Commune de Marseille	Marseille	Contre le périmètre monuments historiques 500m.	Monuments historiques	Commune
34	34-1		Eve		Non précisé	Harmoniser les devantures et enseignes.	Support	Particulier
	34-2		Eve		Non précisé	Réduire la publicité numérique et éteindre les publicités la nuit.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
35	35-1	Zamour	Dominique	Commune de Cassis	Cassis	Lutter contre les publicités en entrées de ville.	Zonage	Commune
	35-2	Zamour	Dominique	Commune de Cassis	Cassis	Favorable au périmètre de 500m ?	Monuments historiques	Commune
	35-3	Zamour	Dominique	Commune de Cassis	Cassis	Interdire toute la publicité en bord de mer (comme l'avis du Préfet).	Zonage	Commune
36	36-1	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Réintroduire dans les zones ZP1c le mobilier urbain d'une taille maximum de 2 m².	Zonage	Professionnel
	36-2	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Implanter ou maintenir des abris destinés au public en zones ZP2c, ZP7a et ZP7b.	Zonage	Professionnel
	36-3	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Préciser que le règlement concernant les ronds-points, carrefours giratoires et abords des espaces boisés classés n'est pas opposable au mobilier urbain.	Zonage	Professionnel
	36-4	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Opposition à l'interdiction de publicité et préenseigne le long du bord de mer sur l'ensemble du territoire quel que soit le zonage (DDTM).	Zonage	Professionnel
	36-5	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Autoriser expressément la publicité numérique dans toutes les zones autorisées pour le RLPI et notamment en zones Zp1b, ZP2a et ZP2e.	Publicité lumineuse et numérique	Professionnel
	36-6	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Modifier l'article PO.2.3 du RLPI en réintroduisant la possibilité de déployer de la publicité numérique sur du mobilier urbain 2m².	Publicité lumineuse et numérique	Professionnel
	36-7	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Sinon maintenir les 12 dispositifs numériques dans le SPR de Marseille.	Publicité lumineuse et numérique	Professionnel
	36-8	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Préciser la possibilité d'avoir des panneaux à 2 faces déroulantes.	Support	Professionnel
	36-9	Vincenti	Anne-marie		Marseille	Préciser que les règles de densité ne sont pas opposables au mobilier urbain publicitaire. Préciser ce point dans les articles P6b.7 et P6c.7.	Densité	Professionnel

N° observation	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution	Thème principal	Catégories
37	37-1	De Bouët Du Portal	Aurélien	Association recherche et innovation	Marseille	Je souhaite attirer votre attention sur la multiplication des écrans publicitaires.	Publicité lumineuse et numérique	Association
	37-2	De Bouët Du Portal	Aurélien	Association recherche et innovation	Marseille	Dans ma rue, qui est très passante, l'espace disponible pour les piétons sur les trottoirs est limité par les structures publicitaires.	Sécurité	Association
	37-3	De Bouët Du Portal	Aurélien	Association recherche et innovation	Marseille	Publicité numérique = consommation électrique importante et fatigue visuelle.	Publicité lumineuse et numérique	Association
38	38-1	De Bergh	Simon		Marseille	Contre l'autorisation de la publicité sur mobilier urbain aux abords des monuments historiques.	Monuments historiques	Particulier
	38-2	De Bergh	Simon		Marseille	Contre les grands formats sur le littoral.	Taille panneaux	Particulier
	38-3	De Bergh	Simon		Marseille	Contre les bâches sur le littoral (mur Zidane).	Bâches	Particulier
	38-4	De Bergh	Simon		Marseille	Contre la publicité numérique en centre-ville.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	38-5	De Bergh	Simon		Marseille	Contre la publicité numérique en centre-ville.	Sécurité	Particulier
39	39-1	Tavernier	Mireille		Marseille	Contre le traitement différencié du centre-ville de Marseille par rapport au centre-ville des autres communes.	Zonage	Particulier
	39-2	Tavernier	Mireille		Marseille	Interdire la publicité bord des autoroutes et entrées de ville.	Zonage	Particulier
	39-3	Tavernier	Mireille		Marseille	Interdire publicité monuments, SPR etc...	Monuments historiques	Particulier
41	41-1	Lecoquierre	Marion		Marseille	Extinction publicité lumineuse.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	41-2	Lecoquierre	Marion		Marseille	Interdire la publicité numérique dans le domaine public.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
42	42	Pierret	Franz	Ethic Data	Marseille	Interdire la publicité numérique dans les vitrines.	Publicité vitrine	Particulier
43	42				Marseille	Contre la publicité comme à Grenoble.	Interdiction de la publicité	Association
	43-1		Agathe		Marseille	Peu de visibilité de l'enquête.	Communication	Particulier
	43-2		Agathe		Marseille	La bâche Zidane qui devait être supprimée ne l'est pas.	Bâches	Particulier
	43-3		Agathe		Marseille	Les supports numériques ne sont pas utilisés pour l'information municipale.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
44	43-4		Agathe		Marseille	La dimension proposée des panneaux publicitaires est encore trop importante.	Taille panneaux	Particulier
	44-1		Remy		Marseille	Supprimer la publicité dans le domaine public.	Interdiction de la publicité	Particulier
45	44-2	Lalanne	Remy		Marseille	Contre la publicité numérique.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	45-1	Joly	Florence		Marseille	Contre l'autorisation des dispositifs publicitaires à 500 m des sites classés.	Monuments historiques	Particulier
	45-2	Joly	Florence		Marseille	Le mur zidane reste autorisé.	Bâches	Particulier
	45-3	Joly	Florence		Marseille	Contre les panneaux de grande taille au voisinage aéroport.	Taille panneaux	Particulier
48	45-4	Joly	Florence		Marseille	N'accepte pas la publicité numérique.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
	48-1	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Réduire de 50% la publicité située dans le paysage urbain ou l'espace public.	Densité	Association
	48-2	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Pour l'interdiction de la publicité en toiture.	Toitures	Association
	48-3	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Pour l'interdiction de la publicité par rapport aux axes autoroutiers.	Zonage	Association
	48-4	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Requalification zonages.	Zonage	Association
50	48-5	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Retrait Enseigne Decathlon visible depuis l'A55.	Hors enquête	Association
	50-1	Perrochon	Sophie	Commune Sausset-les pins	Ensuès	Pour le mobilier urbain type "sucette".	Mobilier urbain	Commune
51	50-2	Perrochon	Sophie	Commune Sausset-les pins	Sausset	Pour les panneaux lumineux en entrée de ville et points stratégiques.	Publicité lumineuse et numérique	Commune
52	51	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Retrait Publicité Barjane sur RD48a.	Hors enquête	Association
	52-1	Giacconi	Jean-Claude		Sausset	Contre la publicité numérique.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
53	52-2	Giacconi	Jean-Claude		Sausset	Risque d'accident avec la publicité numérique.	Sécurité	Particulier
	53-1	Testu	Marjorie		Marseille	La publicité numérique est beaucoup trop développé en centre-ville.	Publicité lumineuse et numérique	Particulier
54	53-2	Testu	Marjorie		Marseille	La circulation piétonnière est gênée par la publicité numérique.	Sécurité	Particulier
	54	Challande-Nevolet	Théo	Association élus municipaux	Marseille	Contenu - éthique - sexisme.	Hors enquête	Association
55	55	Millerte	Sandrine	Defi	Marseille	Publicité lumineuse en toiture.	Toitures	Professionnel
59	59-1	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Aucun impact sur la densité actuelle.	Général	Professionnel
	59-2	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Aucun impact sur le modèle économique.	Général	Professionnel
	59-3	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Contre la réduction de la taille des panneaux.	Taille panneaux	Professionnel
	59-4	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Améliorer la cartographie.	Cartographie	Professionnel
	59-5	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Réduction de la taille des panneaux aux abords des ronds-points.	Taille panneaux	Professionnel
	59-6	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Faces déroulantes	Support	Professionnel

N° observation	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution	Thème principal	Catégories
61	61-1			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Réduire au maximum les publicités numériques.	Publicité lumineuse et numérique	Association
	61-2			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Gaspillage énergétique dans les publicités lumineuses.	Publicité lumineuse et numérique	Association
	61-3			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Mise en danger des usagers des voies publiques.	Sécurité	Association
	61-4			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Le mitage par le découpage en zones-sous-zones de nature à rendre illisibles et difficilement applicables les règlements.	Zonage	Association
	61-5			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Favorise systématiquement le mobilier urbain et surtout la publicité numérique.	Publicité lumineuse et numérique	Association
	61-6			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Pas de plafonnement de la taille maximale des enseignes.	Taille panneaux	Association
	61-7			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Publicité aux abords des monuments historiques et SPR.	Monuments historiques	Association
	61-8			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Opposition aux bâches publicitaires.	Bâches	Association
	61-9			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Place exorbitante publicité sur mobilier urbain.	Mobilier urbain	Association
	61-10			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Taille trop importante des panneaux.	Taille panneaux	Association
	61-11			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Opposition au classement spécifique (zone P3a) pour les grandes pénétrantes urbaines.	Zonage	Association
	61-12			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Les zones commerciales sont sacrifiées par la pollution publicitaire.	Zonage	Association

ANNEXE 2 – Regroupement thématique des observations

Thème principal	Catégories	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution
Affichage libre	Particulier	7-5	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais que les panneaux d'affichage libres soient plus nombreux, et respectés par les publicitaires.
Bâches	Association	20-9	RAP		RAP	Marseille	En ZP2 (paysages emblématiques), la publicité demeure autorisée, ainsi que les bâches publicitaires, en maintenant pour des raisons « d'usage emblématique »
	Association	61-8			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Opposition aux bâches publicitaires.
	Particulier	16-2	Mariat	seb		Non précisé	Avoir une logique éthique, exemple: publicité pour de la vente en ligne sur un échafaudage face à la mairie centrale alors que les commerces du centre ville souffrent du manque de consommateurs
	Particulier	38-3	De Bergh	Simon		Marseille	Contre les bâches sur le littoral (mur Zidane).
	Particulier	43-2		Agathe		Marseille	La bâche Zidane qui devait être supprimée ne l'est pas.
	Particulier	45-2	Joly	Florence		Marseille	Le mur zidane reste autorisé.
	Professionnel	25-11	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Réintroduction des bâches publicitaires dans toutes les zones conformément au RNP.
Cartographie	Professionnel	59-4	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Améliorer la cartographie.
Communication	Particulier	21-5	Lerouge	Zoe		Marseille	Il est extrêmement dommage que cette enquête publique ne soit pas plus mise en avant auprès du grand public.
	Particulier	43-1		Agathe		Marseille	Peu de visibilité de l'enquête.
Densité	Association	20-1	RAP (Résistance à l'Agression Publicitaire)		RAP	Marseille	Surabondance d'affichage publicitaire dans un même secteur (le diagnostic cite notamment les secteurs de la RD4 La Valentine / La Rose, Prado 1 jusqu'au Redon, Jarret-sud, Plombières, Saint-Antoine / La Viste) où la densité d'affichage pose problème.
	Association	48-1	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Réduire de 50% la publicité située dans le paysage urbain ou l'espace public.
	Particulier	5-5	Laporte	Jocelin		Non précisé	Je souhaiterais un contrôle plus fort sur les densités pour diminuer le nombre de panneaux.
	Particulier	21-6	Lerouge	Zoe		Marseille	Limiter le nombre de panneaux.
	Particulier	23-1		Naémie		Marseille	Les publicités sont bien trop nombreuses en ville.
	Particulier	29-3	Moron	Marie-pierre		Marseille	On peut réduire drastiquement le nombre de panneaux.
	Particulier	30-2	Gramaglia	Anais		Marseille	On voit bien que l'on est dans une escalade du toujours plus.
	Professionnel	25-9	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Incohérence entre texte et schéma (article P3a2) : rajouter "entamée" à la phrase "1 dispositif par tranche de 80m".
	Professionnel	25-10	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Revenir au Règlement national de publicité (RNP) pour la zone ZP5 (aéroport).
	Professionnel	36-9	Vincenti	Anne-marie		Marseille	Préciser que les règles de densité ne sont pas opposables au mobilier urbain publicitaire. Préciser ce point dans les articles P6b.7 et P6c.7.
Général	Particulier	3-1		Elsa		La Ciotat	Alors que La Ciotat est une entrée sur le parc national des calanques magnifiques, elle est de plus en plus gâchée par des affiches publicitaires.
	Particulier	4-2		Shannon		Non précisé	Dans les espaces publicitaires, j'aimerais voir des propositions qui aillent vers la transition écologique, des propositions en lien avec les enjeux climatiques auxquels nous faisons face. J'aimerais également que soient proposés des encarts pour le bien commun et mettre en valeur le végétarisme, le bio et local.
	Particulier	5-1	Laporte	Jocelin		Marseille	Cette proposition de RLPi fait encore et toujours la part belle à la publicité[...]
	Particulier	5-7	Laporte	Jocelin	Laporte	Marseille	Par ailleurs je suis stupéfait à la lecture des avis émis par JC Decaux lors de la concertation publique. Dans la manière dont il rappelle le système de financement du mobilier urbain, leur participation ressemble plus à du chantage qu'à une préconisation.
	Particulier	11		Christophe		Marseille	La publicité à visée commerciale est en totale contradiction avec les enjeux liés au dérèglement climatique et les accords de Paris. Ma proposition est d'interdire toute publicité qui a pour but de vendre des produits ou services qui encouragent une consommation nuisible à l'avenir (produits importés, transports polluants, produits sur-emballés, viande),
	Professionnel	25-1	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Il n'est pas rare de constater sur certains axes un nombre d'enseignes bien supérieur aux publicités.
	Professionnel	25-2	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Aucune étude d'impact économique et social dans le RLPi proposé.
	Professionnel	59-1	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Aucun impact sur la densité actuelle.
	Professionnel	59-2	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Aucun impact sur le modèle économique.

Thème principal	Catégories	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution
Hors enquête	Association	48-5	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Retrait Enseigne Decathlon visible depuis l'A55.
	Association	51	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Retrait Publicité Barjane sur RD48a.
	Association	54	Challande-Nevolet	Théo	Association élus municipaux	Marseille	Contenu - éthique - sexisme.
	Particulier	8	Ferrandez	Yves		Non précisé	Dans le cadre de la concertation du PLUI, je vous prie de bien vouloir prendre ma demande en considération.
	Particulier	31	Buthurieux	chrystel		Non précisé	Plan climat.
	Professionnel	10	Dimitri			Non précisé	
Interdiction de la publicité	Professionnel	25-8	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Publicité gares ferroviaires.
	Association	42	Pierret	Franz	Ethic Data	Marseille	Contre la publicité comme à Grenoble.
	Particulier	3-3		Elsa		La Ciotat	Préserveons notre littoral.
	Particulier	4-1		Shannon		Non précisé	Je souhaite que toutes les publicités soient bannies de l'espace public car elles sont source de traitement de faveur envers les multinationales déjà assez riches. Elles polluent notre environnement car elles incitent les consommateurs à acheter, elles les manipulent.
	Particulier	5-6	Laporte	Jocelin		Non précisé	Je souhaiterais aussi que les zones de restriction forte (ZP7) soit étendues aux littoraux et centre ville.
	Particulier	6-1		Etienne		Marseille	Nous n'avons pas besoin des publicités dans l'espace public. Elles défigurent le paysage ruraux et urbains. Elle détournent notre attention, jouent sur nos affects et utilisent nos biais cognitifs pour faire la promotion d'un mode de vie que nous devons repenser à l'heure de l'urgence face au dérèglement climatique et à l'augmentation inquiétante des inégalités sociales. Il est urgent de réduire drastiquement la place qui leur est accordée dans l'espace public. Pour respecter l'environnement et rendre l'espace public aux personnes qui l'habitent.
	Particulier	7-3	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais voir la fin de la publicité partout.
	Particulier	12-1	Houles	Julien		Marseille	Je souhaite la fin de la publicité dans l'espace public. A minima, la suppression des panneaux publicitaires qui masquent les piétons qui s'engagent sur le passage protégé.
	Particulier	17	Ronca	Sylvain		Non précisé	Dans l'espace public, je suis plus qu'agressé par les panneaux publicitaires, autant en centre ville que dans les rocadés ou voies rapides. De plus, ces messages publicitaires sont le plus souvent moralement discutables, non éthiques, non esthétiques. Je souhaite leur disparition.
	Particulier	29-1	Moron	Marie-pierre		Marseille	Faire de notre territoire un lieu sans publicité.
	Particulier	30-4	Gramaglia	Anais		Marseille	Nous pouvons être plus ambitieux : d'autres villes ont totalement chassé la publicité hors des murs.
	Particulier	44-1		Remy		Marseille	Supprimer la publicité dans le domaine public.
Mobilier urbain	Professionnel	25-6	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Revenir sur l'interdiction de toute publicité sur domaine public hors mobilier urbain.
	Association	61-9			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Place exorbitante publicité sur mobilier urbain.
	Commune	50-1	Perrochon	Sophie	Commune Sausset-les pins	Ensuès	Pour le mobilier urbain type "sucette".
Monuments historiques	Particulier	7-4	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais que les abribus soient l'espace de libre expression dédiés à des informations d'ordre public et d'intérêt général.
	Association	20-4	RAP		RAP	Marseille	Maintenant l'affichage possible sur le mobilier urbain (abribus et arrêts de tramway), y compris à proximité immédiate de monuments historiques,
	Association	61-7			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Publicité aux abords des monuments historiques et SPR.
	Commune	9	Mairie de Gémenos		Commune de Gémenos	Gémenos	Périmètre monuments historiques
	Commune	33-1	Der-Arsenian	Marc	Commune de Marseille	Marseille	Dans le SPR, et plus particulièrement dans la zone ZP1a faire figurer une mention spécifique destinée à garantir la protection des grandes perspectives patrimoniales.
	Commune	33-2	Der-Arsenian	Marc	Commune de Marseille	Marseille	Obtenir l'avis de l'ABF pour ces secteurs.
	Commune	33-3	Der-Arsenian	Marc	Commune de Marseille	Marseille	Contre le périmètre monuments historiques 500m.
	Commune	35-2	Zamour	Dominique	Commune de Cassis	Cassis	Favorable au périmètre de 500m ?
	Particulier	5-3	Laporte	Jocelin		Marseille	On peut aussi lire que le RLPi sera plus laxiste en certains points que la réglementation nationale notamment à propos de la règles des 100m autour des monuments historiques.
	Particulier	38-1	De Bergh	Simon		Marseille	Contre l'autorisation de la publicité sur mobilier urbain aux abords des monuments historiques.
	Particulier	39-2	Tavernier	Mireille		Marseille	Interdire publicité monuments, SPR etc...
	Particulier	45-1	Joly	Florence		Marseille	Contre l'autorisation des dispositifs publicitaires à 500 m des sites classés.

Thème principal	Catégories	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution
Publicité illégale	Particulier	6-3		Etienne		Marseille	On observe de l'affichage commercial sauvage, ainsi que l'appropriation des espaces de libre expression par des entreprises privées à but lucratif.
	Particulier	24-4	Reine	Marie		Marseille	Une réglementation plus appliquée. Les publicités illégales ne sont pas retirées et il semble régner une complète impunité à ce sujet. De même, les publicités sur les panneaux d'affichage libre sont fréquentes.
Publicité lumineuse et numérique	Association	20-5	RAP		RAP	Marseille	Interdire la publicité numérique sur l'ensemble du centre-ville.
	Association	20-8	RAP		RAP	Marseille	La publicité numérique est autorisée sur une partie du secteur (la zone hors SPR)
	Association	37-1	De Bouët Du Portal	Aurélien	Association recherche et innovation	Marseille	Je souhaite attirer votre attention sur la multiplication des écrans publicitaires.
	Association	37-3	De Bouët Du Portal	Aurélien	Association recherche et innovation	Marseille	Publicité numérique = consommation électrique importante et fatigue visuelle.
	Association	61-1			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Réduire au maximum les publicités numériques.
	Association	61-2			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Gaspillage énergétique dans les publicités lumineuses.
	Association	61-5			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Favorise systématiquement le mobilier urbain et surtout la publicité numérique.
	Commune	50-2	Perrochon	Sophie	Commune Sausset-les pins	Sausset	Pour les panneaux lumineux en entrée de ville et points stratégiques.
	Particulier	3-2		Elsa		La Ciotat	L'entrée de ville est gâchée par des enseignes lumineuses.
	Particulier	5-2	Laporte	Jocelin		Marseille	Alors que la mairie de Marseille avait annoncé la fin des écrans numériques en centre ville on peut lire que ceux ci sont finalement autorisés.
	Particulier	6-4		Etienne		Marseille	Pour l'interdiction totale des publicités numériques dans les espaces publics, sur le mobilier urbain et dans le métro.
	Particulier	7-1	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais voir la fin totale des publicités numériques dans l'espace public.
	Particulier	14		th		Carry	Ce règlement n'étant pas simple à appréhender, j'aurais souhaité vous poser une question sur un cas pratique pour bien comprendre. La ville de Carry le Rouet a justement fait installer 4 enseignes numériques cette semaine (!) dans les secteurs ZP1c et ZP2a. De ma compréhension, ces publicités numériques sont interdites purement et simplement dans ces zones, sans considération de dimensions ou autres critères? Ai-je bien compris? Si oui, la commune va devoir les retirer?
	Particulier	15-1		Thomas		Carry	Dans l'optique de réduire la consommation en énergie, et pour que chaque acteur fasse sa part, il me semble absolument nécessaire d'agir en conséquence et d'interdire les écrans numériques publicitaires quelque soit leur taille, quelle que soit la zone d'implantation qui ont un bilan carbone et énergétique désastreux.
	Particulier	15-3		Thomas		Carry	Les écrans d'informations publiques installés par les communes devraient être interdits et démontés. - prendre en compte la nuisance sonore des soufflerie - diminuer la luminosité et le côté répétitif des publicités dans le métro, c'est très agressif - prendre en compte la consommation électrique, les composants nécessaires à leur construction, leur recyclage... à l'heure des enjeux environnementaux
	Particulier	16-1	Mariat	seb		Non précisé	Imposer un système de minuterie au commerçant pour l'extinction et l'allumage des enseignes la nuit
	Particulier	18	Atawi	Camille		Ensuès	Les écrans types TV/led n'auraient jamais dû voir le jour: ils éblouissent, ils consomment de l'énergie pour leur
	Particulier	21-4	Lerouge	Zoe		Marseille	Les panneaux numériques doivent être interdits partout.
	Particulier	22-1	Colpart	Gregory		Marseille	Nous sommes envahis par la publicité à Marseille : trop nombreux panneaux publicitaires et d'autant plus avec les publicités lumineuses et animées.
	Particulier	23-2		Naémie		Marseille	De plus les panneaux lumineux sont extrêmement agressifs pour les yeux, sans parler de les enlever il serait judicieux de réduire leur luminosité (et lumière bleue) à partir d'une certaine heure.
Particulier	24-2	Reine	Marie		Marseille	Les publicités numériques sont particulièrement agressives.	
Particulier	27	Brissy	Fabienne		Marseille	Je ne veux pas que les panneaux éclairés se développent.	
Particulier	28-1		Clémence		Marseille	Il serait utile d'enlever les panneaux et autres écrans publicitaires des voies publiques.	
Particulier	29-2	Moron	Marie-pierre		Marseille	On peut abandonner les panneaux lumineux numériques.	

Thème principal	Catégories	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution
Publicité lumineuse et numérique	Particulier	30-1	Gramaglia	Anais		Marseille	A l'aube de la fin de notre équilibre climatique, on ne peut pas mettre des écrans publicitaires numériques.
	Particulier	34-2		Eve		Non précisé	Réduire la publicité numérique et éteindre les publicités la nuit.
	Particulier	38-4	De Bergh	Simon		Marseille	Contre la publicité numérique en centre-ville.
	Particulier	39-3	Tavernier	Mireille		Marseille	Extinction publicité lumineuse.
	Particulier	41-1	Lecoquierre	Marion		Marseille	Interdire la publicité numérique dans le domaine public.
	Particulier	43-3		Agathe		Marseille	Les supports numériques ne sont pas utilisés pour l'information municipale.
	Particulier	44-2	Lalanne	Remy		Marseille	Contre la publicité numérique.
	Particulier	45-4	Joly	Florence		Marseille	N'accepte pas la publicité numérique.
	Particulier	52-1	Giacconi	Jean-Claude		Sausset	Contre la publicité numérique.
	Particulier	53-1	Testu	Marjorie		Marseille	La publicité numérique est beaucoup trop développé en centre-ville.
	Professionnel	36-5	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Autoriser expressément la publicité numérique dans toutes les zones autorisées pour le RLPI et notamment en zones Zp1b, ZP2a et ZP2e.
	Professionnel	36-6	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Modifier l'article PO.2.3 du RLPI en réintroduisant la possibilité de déployer de la publicité numérique sur du mobilier urbain 2m².
	Professionnel	36-7	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Si non maintenir les 12 dispositifs numériques dans le SPR de Marseille.
Publicité vitrine	Commune	19	Mairie commune de Ceyreste		Commune de Ceyreste	Ceyreste	la Commune de Ceyreste souhaite que le règlement autorise la pose d'enseignes de type "lettrages" sur les vitres des commerces dans le centre ancien. Une surface pourrait être autorisée en fonction de la taille de la vitrine.
	Particulier	7-2	Thévenot	Céline		Marseille	J'aimerais voir aussi la fin totale des publicités numériques aussi dans les vitrines des commerces qui sont visibles depuis la rue!
	Particulier	15-2		Thomas		Carry	Les écrans TV dans les vitrines (des agences immobilières souvent...) devraient être interdits et démontés.
	Particulier	41-2	Lecoquierre	Marion		Marseille	Interdire la publicité numérique dans les vitrines.
Sécurité	Association	20-3	RAP		RAP	Marseille	Publicités gênantes sur trottoir ou piste cyclable, qui doivent être contournées par les piétons / cycles.
	Association	37-2	De Bouët Du Portal	Aurélien	Association recherche et innovation	Marseille	Dans ma rue, qui est très passante, l'espace disponible pour les piétons sur les trottoirs est limité par les structures publicitaires.
	Association	61-3			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Mise en danger des usagers des voies publiques.
	Particulier	12-2	Houles	Julien		Marseille	Je souhaite la suppression des panneaux publicitaires qui masquent les piétons qui s'engagent sur les passages protégés.
	Particulier	13	Bauquin	Bertrand			Bonjour, une obligation à mettre dans le règlement: les panneaux publicitaires ne doivent pas gêner la circulation des piétons ou des cyclistes. C'est à dire, surtout pas comme le panneau lumineux sur le trottoir à côté du David 13008 MARSEILLE.
	Particulier	21-1	Lerouge	Zoe		Marseille	Je suis régulièrement scandalisée par la présence de panneaux publicitaires sur les trottoirs ou les pistes cyclables (souvent étroites) qui présentent un danger important pour la sécurité des usagers et pour leur cohabitation harmonieuse.
	Particulier	22-2	Colpart	Gregory		Marseille	En tant que piéton ou cycliste, les supports publicitaires deviennent des obstacles qui envahissent l'espace public
	Particulier	24-3	Reine	Marie		Marseille	Arrêtons avec les pubs en plein milieu du trottoir ou des voies cyclables, déjà compliquées et insuffisantes ! C'est carrément dangereux !
	Particulier	28-2		Clémence		Marseille	Ils sont au milieu des trottoirs et pistes cyclables.
	Particulier	29-5	Moron	Marie-pierre		Marseille	Libérer les pistes cyclables, les trottoirs, les bords de routes.
	Particulier	38-5	De Bergh	Simon		Marseille	Contre la publicité numérique en centre-ville.
	Particulier	52-2	Giacconi	Jean-Claude		Sausset	Risque d'accident avec la publicité numérique.
	Particulier	53-2	Testu	Marjorie		Marseille	La circulation piétonnière est gênée par la publicité numérique.
Support	Association	20-2	RAP		RAP	Marseille	Publicités sauvages sur clôture « ouvertes ».
	Particulier	34-1		Eve		Non précisé	Harmoniser les devantures et enseignes.
	Professionnel	25-4	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Préciser la possibilité d'avoir des panneaux à 2 faces déroulantes.
	Professionnel	25-5	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Les éléments d'encadrement de couleur neutre. Autoriser la possibilité d'utiliser une version métallisée, éventuellement en inox.
	Professionnel	36-8	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Préciser la possibilité d'avoir des panneaux à 2 faces déroulantes.
Professionnel	59-6	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Faces déroulantes	

Thème principal	Catégories	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution
Taille panneaux	Association	61-6			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Pas de plafonnement de la taille maximale des enseignes.
	Association	61-10			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Taille trop importante des panneaux.
	Particulier	5-4	Laporte	Jocelin		Marseille	Dans de nombreuses zones (ZP3, ZP4 et ZP5) c'est la taille limite de 10,5m2 qui a été retenue. Cette taille permet la multiplication des énormes panneaux défigurant notre ville.
	Particulier	6-2		Etienne		Marseille	Que les réglementations déjà en place soient appliquées : de trop nombreuses publicités ne respectent pas les tailles, et endroits réglementaires.
	Particulier	21-3	Lerouge	Zoe		Marseille	Limiter la taille des panneaux à 4m2 dans tous les autres lieux.
	Particulier	24-1	Reine	Marie		Marseille	une réglementation plus ferme concernant les dimensions des publicités. Ce n'est à mon avis pas normal de voir des publicités géantes en plein cœur de notre ville.
	Particulier	29-4	Moron	Marie-pierre		Marseille	On peut réduire drastiquement la taille des panneaux.
	Particulier	30-3	Gramaglia	Anais		Marseille	On voit bien que l'on est dans l'escalade du toujours plus grand.
	Particulier	38-2	De Bergh	Simon		Marseille	Contre les grands formats sur le littoral.
	Particulier	43-4		Agathe		Marseille	La dimension proposée des panneaux publicitaires est encore trop importante.
	Particulier	45-3	Joly	Florence		Marseille	Contre les panneaux de grande taille au voisinage aéroport.
	Professionnel	59-3	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Contre la réduction de la taille des panneaux.
Professionnel	59-5	Weber	Guillaume	Pisoni publicité	Marseille	Réduction de la taille des panneaux aux abords des rond-points.	
Toitures	Association	48-2	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Pour l'interdiction de la publicité en toiture.
	Professionnel	25-3	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Réintroduction publicité sur terrasses et toitures.
	Professionnel	55	Millerte	Sandrine	Defi	Marseille	Publicité lumineuse en toiture.
Zonage	Association	20-6	RAP		RAP	Marseille	Faible niveau d'ambition sur le littoral, avec la proposition de maintien de grands formats publicitaires (10m2, bâches autorisées...).
	Association	20-7	RAP		RAP	Marseille	Le traitement différencié du centre-ville de Marseille au regard des autres centres-villes et de villages du territoire (ZP1).
	Association	20-10	RAP		RAP	Marseille	En ZP3 (grands axes routiers), le projet de réglementation assouplit très légèrement la réglementation (l'affichage publicitaire mural et au sol diminue légèrement en surface, passant de 12m2 à 10,5 m2) et limite la publicité au seul mobilier urbain (dont numérique) sur les axes Prado et Michelet. Pourquoi un traitement différencié de ces deux axes ?
	Association	20-11	RAP		RAP	Marseille	En ZP4 (Zones commerciales et Port), le RLPI ne joue pas de rôle normatif en se contentant d'appliquer la Réglementation Nationale, très permissive ;
	Association	20-12	RAP		RAP	Marseille	En ZP5 (Aéroport), celui-ci fait même pire, en incitant à l'accroissement de la taille des panneaux
	Association	20-13	RAP		RAP	Marseille	En ZP6 (autres zones en agglomération), principal zonage du projet de RLPI en matière de superficie, le RAP relève une réglementation à 2 vitesses,
	Association	48-3	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Pour l'interdiction de la publicité par rapport aux axes autoroutiers.
	Association	48-4	Cornuel	Christophe	Association ERPE	Ensuès	Requalification zonages.
	Association	61-4			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Le mitage par le découpage en zones-sous-zones de nature à rendre illisibles et difficilement applicables les règlements.
	Association	61-11			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Opposition au classement spécifique (zone P3a) pour les grandes pénétrantes urbaines.
	Association	61-12			Paysages de France / Sites et monuments	Grenoble	Les zones commerciales sont sacrifiées par la pollution publicitaire.
	Commune	35-1	Zamour	Dominique	Commune de Cassis	Cassis	Lutter contre les publicités en entrées de ville.
	Commune	35-3	Zamour	Dominique	Commune de Cassis	Cassis	Interdire toute la publicité en bord de mer (comme l'avis du Préfet).
	Particulier	5-5	Laporte	Jocelin		Marseille	Je souhaiterais une diminution des formats dans toutes ces zones périphériques.
	Particulier	21-2	Lerouge	Zoe		Marseille	Limiter AU MAXIMUM leur présence dans l'espace public en interdisant leur présence dans le centre-ville, aux abords des monuments historiques, proche du littoral,
Particulier	38-6	De Bergh	Simon		Marseille	Contre le traitement différencié du centre-ville de Marseille par rapport au centre-ville des autres communes.	
Particulier	39-1	Tavernier	Mireille		Marseille	Interdire la publicité bord des autoroutes et entrées de ville.	

Thème principal	Catégories	N° requête	Nom	Prénom	Organisme	Ville	Texte de la contribution
Zonage	Professionnel	25-7	Doumerc	Charles-Henri	UPE	Marseille	Publicité domaine ferroviaire
	Professionnel	36-1	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Réintroduire dans les zones ZP1c le mobilier urbain d'une taille maximum de 2 m².
	Professionnel	36-3	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Préciser que le règlement concernant les ronds-points, carrefours giratoires et abords des espaces boisés classés n'est pas opposable au mobilier urbain.
	Professionnel	36-4	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Opposition à l'interdiction de publicité et préenseigne le long du bord de mer sur l'ensemble du territoire quel que soit le zonage (DDTM).
	Professionnel	36-2	Vincenti	Anne-marie	JC Decaux	Marseille	Implanter ou maintenir des abris destinés au public en zones ZP2c, ZP7a et ZP7b.

Annexe IV-5. Accusé de réception du procès-verbal de synthèse des observations

Monsieur Jacques RETUR
Commissaire enquêteur
417 Chemin des Gervais
13090 Aix-en-Provence

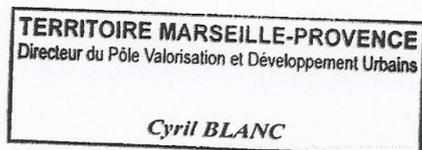
ATTESTATION DE RECEPTION

La Direction de la Planification et de l'Urbanisme du Territoire Marseille-Provence de la Métropole atteste par la présente avoir reçu le 26 octobre 2021 de Monsieur Jacques RETUR, président de la commission d'enquête pour l'enquête publique du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) Marseille-Provence, le procès-verbal de synthèse des observations établis suite à la clôture de l'Enquête Publique portant sur le Règlement Local de Publicité intercommunal du Territoire Marseille Provence.

Remis le 26 Octobre 2021 en version dématérialisée,
A Marseille

Métropole Aix-Marseille-Provence

Cachet :



Annexe IV-6. Le mémoire en réponse de la Métropole Aix-Marseille-Provence (Territoire Marseille-Provence)



RÈGLEMENT
LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL



Enquête publique

Note en réponse au procès-verbal de synthèse de la Commission d'enquête

9 novembre 2021

La Métropole rappelle que le Règlement Local de Publicité intercommunal du Territoire Marseille Provence a été conçu dans une recherche d'équilibre global entre la valorisation des paysages, du patrimoine et la liberté d'expression, conformément à l'article L581-1 du code de l'Environnement : « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes ».

Démarche **volontaire**, celle-ci a été menée afin de répondre à 4 orientations :

- Conforter l'attractivité du territoire
- Valoriser les paysages porteurs des identités locales
- Améliorer le cadre de vie sur l'ensemble du territoire
- Assurer la lisibilité des activités économiques et culturelles

Pour y répondre, le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) définit (sauf exceptions) des règles plus restrictives que la loi sur l'ensemble du territoire. Tout en prenant en compte les besoins des acteurs économiques et les spécificités urbaines du territoire, il vise à réduire l'emprise globale de l'affichage publicitaire sur le territoire, à travers des règles de densité, de format et via l'interdiction de certains types de dispositifs.

La prescription de l'élaboration du RLPi a été motivée par le constat d'une publicité trop présente sur le territoire. Le RLPi permettra d'améliorer la qualité du cadre de vie des administrés.

La Métropole précise qu'elle est lauréate de l'Édition 2021 de l'appel à projet « Règlement local de publicité intercommunal » lancé par le Ministère de la transition écologique, et qu'à ce titre son engagement et la qualité du projet de RLPi ont été salués par le Ministère (cf courrier joint).

1. Sur la publicité en général

• Concernant la prise en compte des enjeux associés au changement climatique

La Métropole précise que le RLPi n'a pas vocation à répondre spécifiquement aux enjeux relatifs au changement climatique, ses préoccupations étant associées à la protection et la valorisation des paysages. Ses marges de manœuvre sont donc aujourd'hui limitées. Néanmoins, il peut et doit y contribuer ; c'est pourquoi les possibilités offertes par les textes ont pleinement été utilisées via les règles développées dans le présent mémoire.

• Concernant une plus grande orientation de la publicité vers la transition écologique, le végétarisme, le « bio » et la consommation locale

Il est précisé sur ce point que le RLPi n'a aucune marge de manœuvre, le contenu des messages publicitaires ne pouvant pas être réglementé.

2. Sur la publicité lumineuse

La Métropole rappelle que la réduction de la pollution lumineuse constitue l'un des objectifs phares du projet de RLPI : « Limiter la pollution lumineuse des publicités et enseignes ».

Pour y répondre, le règlement définit, d'une part, des règles d'extinction nocturne des publicités, préenseignes et enseignes plus restrictives que le code de l'environnement, et d'autre part, il limite le développement des dispositifs numériques.

A. Règles d'extinction nocturne :

1) Concernant les publicités et préenseignes :

Alors que le code n'impose aucune règle d'extinction dans les communes de l'unité urbaine Aix-Marseille (9 communes dont Marseille), le RLPI y impose dorénavant une extinction entre 23h et 7h dans la majorité des zones de publicité.

Alors que le code impose une extinction entre 1h et 6h dans les autres communes (9 communes), le RLPI vient étendre cette plage d'extinction à 23h – 7h.

2) Concernant les enseignes :

Alors que le code de l'environnement impose sur l'ensemble du territoire une extinction entre 1h et 6h (sauf exceptions), le RLPI impose désormais dans plusieurs zones une extinction « au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement » dans les zones peu fréquentées tard le soir.

B. Limitation du développement des dispositifs numériques :

1) **La publicité numérique** a été interdite dans 9 des 18 zones et limitée au seul mobilier urbain dans 5 autres zones. Sont en particulier concernés par ces interdictions et limitations, les noyaux villageois, paysages remarquables et villages caractéristiques du territoire.

Dans les agglomérations de Septèmes-les-Vallons, Saint-Victoret, Marignane, Gignac-la-Nerthe, Châteauneuf-les-Martigues, Gémenos, La Ciotat et Marseille (ZP6), son format a été limité à 2 ou 4m², au lieu des 8 m² autorisés dans la loi.

Les deux seuls secteurs où elle reste autorisée jusqu'à 8 m² sont les zones commerciales d'envergure et l'aéroport, secteurs à vocation spécifique, situés à l'écart des quartiers d'habitat.

2) **Les enseignes numériques** ont quant à elles été interdites sur l'ensemble du territoire, à l'exception uniquement des zones commerciales d'envergure (ZP4a) et de l'aéroport (ZP5).

• **Concernant la demande d'interdiction de la publicité numérique dans les centres-villes ainsi qu'en bord de mer**

La Métropole rappelle que le projet de RLPI interdit en effet la publicité numérique dans tous les centres-villes / centres-villages, dont le site patrimonial remarquable de Marseille. Une exception a été conservée uniquement sur la partie du centre-ville de Marseille située en dehors du site patrimonial, autrement dit sa périphérie. Le port et l'hyper centre de Marseille sont aujourd'hui concernés par une interdiction stricte de supports numériques.

Concernant le bord de mer, le projet de RLPI laisse peu de place à la publicité numérique. En effet, alors que le code de l'environnement l'autorise sur tous types de supports sur le littoral de La Ciotat et de Marseille, le RLPI la limite au seul mobilier urbain, sur Marseille et l'interdit à La Ciotat.

Sur le littoral des autres communes, la publicité numérique est d'ores et déjà interdite par la loi. Cette interdiction est toutefois réinscrite dans le RLPI.

De manière générale, la Métropole partage l'enjeu de protection du littoral et est disposée à améliorer les dispositifs existants en renforçant les règles applicables sur les secteurs les plus sensibles.

- **Concernant la demande d'extinction nocturne des différents dispositifs**

Il convient de se reporter à l'introduction du 2 « Publicité lumineuse » du présent mémoire.

Le mode d'éclairage a quant à lui été réglementé, notamment dans les centres-villes et noyaux villageois : le RLPi impose que les enseignes lumineuses soient éclairées par projection ou transparence, en lumière indirecte par des spots discrets ou en lettres découpées rétroéclairées. Les autres types d'éclairage sont interdits. C'est le cas notamment des néons, qui seraient autorisés en l'absence de RLPi.

- **Concernant la demande des professionnels de réintroduire de la publicité lumineuse dans certaines zones, et de maintenir des dispositifs existants**

Il n'est pas envisagé de faire évoluer le projet sur ce point. En effet, la question de la pollution lumineuse constitue un enjeu majeur mis en évidence par la population lors de la concertation publique et de l'enquête publique.

- **Concernant un encadrement de la publicité située à l'intérieur de vitrines**

Au stade de l'arrêt du projet, la législation en vigueur ne permettait pas de réglementer l'intérieur des vitrines. Cette nouvelle possibilité est offerte par la loi Climat promulguée le 24/08/2021 dont les décrets d'application sont attendus. Ces sujets pourraient être portés à la réflexion dans le cadre de procédures de modifications ultérieures du document.

3. Le zonage

- **Concernant la demande d'extension des restrictions fortes de publicités aux centres-villes et littoral**

1) **Concernant les centres-villes :**

Le RLPi a en effet pris en compte les enjeux de protection du patrimoine historique de ces pôles urbains, via plusieurs règles :

- A. Une interdiction stricte de publicité murale et scellée au sol (alors que la publicité murale est autorisée jusqu'à 12 m² dans le RLP en vigueur sur Marseille par exemple).
- B. Une interdiction stricte des bâches publicitaires.
- C. Un encadrement fort de l'affichage sur mobilier urbain, support essentiel d'informations municipales et culturelles à conserver, qui a été limité à 2 m².
- D. Une interdiction stricte du numérique en SPR
- E. Une interdiction quasi générale de l'affichage numérique sur les autres zones du territoire,

Pour rappel :

- La publicité numérique a été interdite dans 9 des 18 zones et limitée au seul mobilier urbain dans 5 autres zones. Sont en particulier concernés les noyaux villageois, paysages remarquables et villages caractéristiques du territoire.
- Dans les agglomérations de Septèmes-les-Vallons, Saint-Victoret, Marignane, Gignac-la-Nerthe, Châteauneuf-les-Martigues, Gémenos, La Ciotat et Marseille (ZP6), son format a été limité à 2 ou 4m², au lieu des 8 m² autorisés dans la loi.
- Les deux seuls secteurs où elle reste autorisée jusqu'à 8 m² sont les zones commerciales d'envergure et l'aéroport, secteurs à vocation spécifique, situés à l'écart des quartiers d'habitat.

- **Concernant le littoral**

Des restrictions fortes ont été intégrées dans le projet de RLPI afin de valoriser ces espaces à enjeux majeurs pour le territoire :

- A. Dans l'ensemble de ces zones, la publicité au sol a été interdite, afin d'éviter l'installation d'obstacles visuels à la perception de la mer.
- B. La publicité murale a été interdite en ZP2a et limitée au côté opposé au front de mer en ZP2d.
- C. La publicité sur mobilier urbain a été limitée à 2m².

La Métropole rappelle qu'elle partage l'enjeu de protection du littoral, et est disposé améliorer les dispositifs existants en renforçant les règles applicables sur les secteurs les plus sensibles.

- **Concernant les règles applicables aux zones commerciales, au port et à l'aéroport, jugées trop permissives et peu ambitieuses**

Concernant les zones commerciales (ZP4a), c'est en effet au sein de cette zone à vocation économique que les dispositions réglementaires sont les plus souples en matière de publicité et de préenseignes.

Son éloignement aux zones de protection patrimoniale (à l'inverse des pôles économiques des cœurs de ville et villages) permet d'y laisser une marge de manœuvre dans le type de supports publicitaires autorisés et leur format.

Dans cette zone, d'emprise globale relativement limitée à l'échelle de l'ensemble des agglomérations, l'objectif est d'y « Assurer une souplesse publicitaire [...] » (B.1.1). Le règlement est donc adapté à la vocation des zones économiques concernées (zones commerciales) et à leur envergure.

Pour cette raison, le RLPI maintient telles quelles les dispositions nationales en ce qui concerne le type de dispositifs autorisés (publicité murale, au sol, sur mobilier urbain, bâches), leur format et densité.

Concernant le Grand Port maritime de Marseille et le site Euroméditerranée (ZP4b), le règlement de cette zone vise 3 objectifs :

- « Accompagner les grands projets urbains vers une qualité paysagère des secteurs concernés » (projet Euroméditerranée, A.2).
- « Encadrer le développement de l'affichage publicitaire sur les portes d'entrée maritimes » (B.1.2).
- Y laisser une certaine marge de manœuvre nécessaire à l'expression publicitaire sur ces secteurs très fréquentés et stratégiques pour les annonceurs publicitaires.

Pour répondre à ces objectifs, le RLPI maintient une souplesse réglementaire en matière de supports et formats autorisés, mais va plus loin que le code de l'environnement sur la question de la densité et de l'affichage numérique : un seul dispositif par unité foncière au lieu de 2 et une publicité numérique limitée au seul mobilier urbain et à 2 m².

Concernant l'aéroport, l'objectif affiché dans le RLPI est d'« Encadrer le développement de l'affichage publicitaire sur l'aéroport Marseille Provence : maintenir les usages actuels sans développement supplémentaire significatif ».

Il s'agit donc à la fois :

- de conserver une densité limitée de dispositifs, de proscrire le format 50 m² autorisé dans la loi.
- de laisser une certaine marge de manœuvre indispensable au fonctionnement et à la reconnaissance internationale de l'aéroport. La publicité constitue en effet :
 - Un moyen de promotion de la destination touristique de la région PACA, un moyen d'immersion du visiteur dans le territoire.

- Un moyen de valorisation de certaines compagnies aériennes (promotion de destinations touristiques, ...), dont la disponibilité et le format joue un rôle déterminant dans leur choix de desserte aérienne.
- Une réponse aux besoins des annonceurs du territoire, demandeur d'une émergence visuelle sur ce site.

Pour ce faire, la publicité murale, scellée au sol et sur mobilier urbain (dont numérique) est maintenue autorisée, mais est strictement encadrée en cohérence avec le projet publicitaire global proposé par l'Aéroport :

- Le format maximum des publicités scellées au sol est limité à 30 m² par face, compromis entre proscription du 50m² (RNP) et maintien de formats adaptés à la dimension internationale de l'aéroport et à la taille des bâtiments qui passera de 10 à 22 m de haut dans le cadre du projet de développement de l'aéroport.
- Le nombre de dispositifs excédant 12 m² est limité à 3 sur l'ensemble de la zone de publicité.
- La distance entre deux dispositifs doit être d'au moins 20 mètres.
- la publicité sur mobilier urbain est limitée à 4 m², laissant une certaine marge de manœuvre tout en conservant un format réduit et cohérent avec l'existant.
- la publicité sur toiture est interdite.

La publicité numérique est autorisée dans les mêmes formats que la publicité non numérique. L'objectif est de laisser une marge de manœuvre à l'expérimentation de nouvelles technologies et à une diffusion plus large d'annonces publicitaires.

- **Concernant le projet de réglementation publicitaire sur les grands axes routiers, jugé trop peu restrictif**

Sur ces secteurs, la Métropole précise que la seule application des règles de densité va permettre de réduire d'environ 50% de nombre de dispositifs au regard de l'existant, ce qui est significatif.

Les entrées de ville concernées constituent la première image du territoire. Aujourd'hui, l'ensemble de ces axes urbains connaît une densité relativement importante de dispositifs publicitaires de grande taille. Ces panneaux tendent à brouiller le paysage urbain et à impacter négativement l'image perçue des communes, la promotion commerciale prenant le pas sur la valorisation urbaine et architecturale.

L'amélioration de la qualité de ces entrées de ville constitue donc un des enjeux fort du RLPi. Pour y répondre, un travail est fait pour réduire de façon significative l'emprise visuelle des publicités et des préenseignes, tout en maintenant des possibilités d'affichage nécessaires aux activités économiques.

Le projet de RLPi va au-delà, d'une part, des dispositions prévues par le code de l'environnement, et d'autre part, de celles prévues par les RLP existants. Ainsi le RLPi :

- Réduit le format maximum autorisé le long de ces axes pour la publicité murale et scellée au sol : le format 10,5 m² viendra remplacer les dispositifs existants de 12 ou 13,5 m² (affiche + encadrement). Ce format constitue un compromis entre réduction de l'emprise visuelle et maintien d'un format suffisant nécessaire à la visibilité des acteurs économiques sur ces principaux axes de circulation.
- Limite la publicité scellée au sol à certaines unités foncières (celles de plus de 30 mètres). Cette disposition constitue l'outil le plus pertinent pour encadrer de façon significative la densité publicitaire le long de ces axes : elle permet de réduire les possibilités d'installation et l'accumulation de panneaux publicitaires sur chaque unité foncière bordant ces axes.
- Là où le support publicitaire est autorisé, limite la publicité à un seul dispositif le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique (tous supports confondus) ; ce qui se traduit par la suppression de nombreux doublons existants sur les unités foncières de moins de 80 mètres. Ceci alors que la loi permettrait d'en avoir jusqu'à 2 dans la majorité des cas.

Sur les grandes unités foncières, le RLPi maintient la possibilité offerte par la loi d'autoriser un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première. Il s'agit ici de laisser une certaine marge de manœuvre sur les grandes unités foncières, qui restent toutefois limitées en nombre.

- Autorise la publicité numérique sur le seul mobilier urbain, afin de limiter la pollution visuelle engendrée par ce type d'affichage sur la traversée de zones mixtes ou résidentielles.

Concernant la densité, un travail de simulation a été réalisé. Le linéaire minimum d'unité foncière qui est apparu le plus pertinent pour pouvoir installer une publicité scellée au sol est donc de 30 mètres.

- **Concernant le traitement différencié du centre-ville de Marseille par rapport aux autres centres-villes du territoire**

Le projet de RLPi arrêté contient 7 zonages et 18 sous-zonages permettant de s'adapter finement aux spécificités du territoire, tant géographiques (littoral, portes d'entrée de massif, cônes de vue, ...), urbaines (zones d'activité, centres historiques, quartiers résidentiels, ...) que réglementaires (3 catégories de communes répondant à des principes réglementaires différents – l'unité urbaine d'Aix Marseille, l'unité urbaine de Toulon et enfin les agglomérations de moins de 10 000 habitants).

La présence d'un site patrimonial remarquable et le rôle de centralité de ce cœur métropolitain explique la définition d'un zonage spécifique au centre-ville de Marseille.

4. Sur la demande d'interdiction totale de la publicité commerciale

- **Concernant la demande d'interdiction totale de la publicité demandée par certaines associations et particuliers**

Cette disposition ne peut être prise en compte car illégale. En effet, le RLPi doit prendre en compte le nécessaire équilibre entre préservation du cadre de vie et liberté d'expression.

- **Concernant la demande de réintroduction de toute publicité sur le domaine public**

La Métropole n'est pas favorable à cette disposition, qui va à l'encontre des objectifs de réduction de l'emprise publicitaire sur le territoire pour une valorisation du cadre de vie et des paysages.

En revanche, il apparaît pertinent de répondre à la demande de réintroduction des dispositifs de dimension exceptionnelle et bâches de chantier (dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants), dont l'interdiction sur le domaine public à l'article P0.5 va à l'encontre de l'autorisation affichée aux articles P0.8 et P.6.

Pour rappel, les dispositifs de dimensions exceptionnelles permettent d'assurer la promotion de manifestations d'envergure (expositions, festivités, Jeux Olympiques de 2024, ...). Les bâches de chantier permettent quant à elle d'envisager une participation au financement de travaux de rénovation de certains édifices historiques.

5. La sécurité

Le RLPi n'a pas vocation à réglementer l'implantation des panneaux au regard des obstacles qu'ils peuvent potentiellement engendrer, mais au regard de leur impact sur le paysage. La question de la sécurité est prise en compte par l'application du code de la route.

La Métropole rappelle que toute installation sur le domaine public requiert l'autorisation de l'autorité compétente, qui peut refuser l'installation d'un panneau s'il constitue un obstacle à la circulation.

6. La taille des panneaux

Un équilibre a en effet dû être trouvé entre une limitation de l'emprise visuelle des dispositifs publicitaires et le maintien de possibilités d'affichage lisibles pour les professionnels.

Un travail de réduction des formats a toutefois été engagé dans la majorité des zones, avec une disparition des 4x3 m² dans la très grande majorité d'entre elles. Ces formats restent autorisés uniquement dans les zones commerciales d'envergure (ZP4a) et sur l'aéroport. Ailleurs, ils passent à 10,5, 4 ou 2 m².

7. Abords des monuments historiques

La Métropole partage l'enjeu de protection autour des monuments historiques. Elle étudie les périmètres les plus pertinents en la matière.

Il est précisé que toute installation de mobilier urbain en périmètre monument historique reste soumise à accord de l'ABF.

8. La densité

Le projet de RLPI constitue une amélioration au regard des règles actuellement en vigueur sur le territoire Marseille Provence. Il a été élaboré afin de définir des règles visant à réduire la densité de la publicité. Cela se traduit par :

- Dans la majorité des cas, 1 seul dispositif autorisé par unité foncière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique.
- Une interdiction des publicités scellées au sol sur une grande partie du territoire, dispositif souvent le plus impactant.
- Une interdiction totale de publicité sur clôture et sur toiture.
- Ailleurs, les dispositifs au sol ne sont généralement autorisés qu'à partir d'une certaine longueur d'unité foncière (30 mètres)
- Une interdiction de toute publicité murale et scellée au sol dans les centres-villes (dont site patrimonial remarquable), et un encadrement fort de l'affichage sur mobilier urbain (limité à 2 m² avec une interdiction quasi générale du numérique).
- Une interdiction de publicité au sol sur le littoral et une limitation des dispositifs installés côté mer.

Sur les grandes pénétrantes urbaines du territoire, où des simulations quantitatives ont été réalisées, ces règles vont permettre de réduire d'environ 50% de nombre de dispositifs au regard de l'existant, ce qui est significatif.

9. Les bâches publicitaires

Sur ce point, un équilibre a dû en effet être trouvé afin de ne pas interdire de manière systématique ce type de dispositifs, tout en évitant sa présence sur les secteurs les plus sensibles du territoire.-

Concernant le bord de mer, la Métropole rappelle comme évoqué précédemment qu'elle reste attentive à l'enjeu de protection du Littoral.

Concernant la bâche « Zidane », celle-ci sera rendue non conforme par la simple application de la règle d'interdiction de publicité aux abords du monument historique "Monument aux morts de l'Armée d'Orient et des terres lointaines" (rayon de 500 mètres).

10. Divers

- **Concernant le traitement des faces « déroulantes »**

La Métropole précise qu'une face correspond à un côté du dispositif. Une face peut donc faire dérouler plusieurs affiches.

- **Concernant la couleur neutre des « encadrements »**

La Métropole rappelle que cette règle va dans le sens d'une meilleure harmonisation et intégration des dispositifs publicitaires. La Métropole précise que la règle reste relativement souple, aucune couleur n'étant imposée mais seulement un aspect neutre de la couleur des encadrements

- **Concernant les enseignes sur vitrines**

La Métropole précise que l'interdiction des enseignes sur vitrines permet d'éviter l'installation permanente d'un dispositif opaque.

- **Concernant l'affichage sur mobilier urbain**

La métropole rappelle que le RLPi n'a pas la possibilité de règlementer le contenu de l'affichage sur mobilier urbain. En revanche, la loi précise bien que « *Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies par la présente sous-section, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.* » (article R581-42 du code de l'environnement). Concernant les mobiliers type « sucettes » ou « muppi », ceux-ci ne peuvent recevoir une publicité commerciale excédent la surface réservée aux informations à caractère général ou local ou œuvres artistiques (article R581-47 du même code).

- **Concernant la publicité sur toiture, dont les professionnels réclament le maintien**

La publicité sur toiture représente l'un des dispositifs les plus visibles et impactants dans le paysage urbain de Marseille.

La Métropole ne souhaite pas revenir sur cette interdiction formulée dans le projet de RLPi. La publicité sur toiture ne représente que 3 emplacements aujourd'hui mais un potentiel important demain si ce type de dispositif reste autorisé.

- **Concernant la publicité illégale sauvage**

La Métropole rappelle en effet que la publicité sauvage, apposée sur des lieux interdits par la loi (arbres, poteaux d'éclairage public, ...) est illégale. Il appartient à l'autorité compétente pour exercer le pouvoir de police de s'assurer du respect de la réglementation en vigueur et le cas échéant, de saisir les juridictions compétentes en la matière.

- **Concernant la communication sur l'enquête publique**

La Métropole Aix Marseille Provence a répondu à ses obligations légales en procédant aux affichages et publications réglementaires des avis d'ouverture d'enquête publique.

L'information a également été visible sur les sites internet de la Métropole et du Territoire Marseille Provence. Elle a également été relayée via les comptes LINKEDin, Twitter, et Facebook de la Métropole.

En outre, un communiqué de presse de la Métropole a été établi le 21 septembre 2021.

Certaines communes du Territoire ont également relayé l'information via leur site internet.

- Concernant la cartographie du RLPi, jugée parfois imprécise

La Métropole précise que les cartes de zonage ont été élaborées pour être lues au format A0. C'est donc à cette échelle que les différents éléments sont le plus précis.

- Concernant l'affichage libre qui devrait être davantage respecté

Ce sujet ne relève pas du RLPi.
