
OBJET : COMMERCE - OCCUPATION DU DOMAINE PUBLIC - Débat sur les orientations du RLPI.

RAPPORTEUR : Monsieur Jean-Pierre GIRAN - Maire de la ville de Hyères les Palmiers

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est conçu comme un véritable outil d'aménagement, participant au renforcement de l'attractivité du Territoire, à son dynamisme et à la préservation du cadre de vie de ses habitants. Il régit les conditions d'implantation des dispositifs publicitaires et des enseignes.

L'article L158-14 du Code de l'environnement prévoit, depuis la loi Engagement National pour l'Environnement n°2010-788 du 12 juillet 2010 que l'Établissement Public de Coopération intercommunal (EPCI) compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) et documents d'urbanisme en tenant lieu est compétent en matière de Règlement Local de Publicité (RLP).

Par conséquent, depuis le 1er janvier 2018 la Métropole TPM est compétente de plein droit en matière de Règlement Local de Publicité sur le territoire.

Le RLPi ne comporte pas de Projet d'aménagement et de développement durables (PADD) comme les PLU, mais l'article R581-73 du Code de l'environnement énonce que le rapport de présentation du RLP « s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ». Autrement dit, il fait référence à des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure.

Dans le cadre de l'élaboration d'un PLU, conformément à l'article L153-12 du Code de l'urbanisme, un débat a lieu au sein de l'organe délibérant de l'EPCI et des conseils municipaux sur les orientations générales du projet d'aménagement et de développement durables au plus tard deux mois avant l'examen du projet de plan local d'urbanisme.

Les objectifs du RLPi ont quant à eux été approuvés lors de la délibération n°20/12/800 du 15 décembre 2020, à savoir :

- Réglementer les publicités, les enseignes et les pré-enseignes dans un but de protection du cadre de vie et des paysages ;
- Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle du Territoire de la Métropole TPM ;
- Mettre en valeur le patrimoine et les paysages urbains, naturels par la limitation de l'impact des dispositifs de publicité ;
- Améliorer l'image et l'attractivité du territoire en encadrant l'affichage publicitaire ;
- Revoir le contenu des zones réglementées en fonction de la réglementation nationale à la suite de la réforme introduite par la loi Grenelle II et ses évolutions ultérieures ;

-
- Réinterroger les zones de publicité autorisée instituées par certains RLP communaux au regard de l'évolution des communes concernées et des nouveaux choix.

Les orientations du projet de RLPi sont annexées à la présente délibération afin de répondre aux objectifs susvisés.

Il est donc proposé que le conseil municipal prenne acte de la présentation et du débat sur les orientations générales du RLPi.

LE CONSEIL MUNICIPAL,

ENTENDU l'exposé des motifs,

VU l'avis de la troisième commission,

VU le Code Général des Collectivités Territoriales,

VU le Code de l'Urbanisme et notamment ses articles L151-1 et suivants ainsi que les articles L153-1 et suivants,

VU le Code de l'Environnement et notamment ses articles L581-14 et suivants ainsi que R581-72 et suivants,

VU le décret n°2017-1758 en date du 26 décembre 2017 portant création de la Métropole Toulon Provence Méditerranée,

VU la délibération n°20/12/800 du Conseil Métropolitain en date du 15 décembre 2020 prescrivant l'élaboration du RLPi arrêtant les modalités de collaboration entre la Métropole Toulon Provence Méditerranée et ses communes membres, les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation,

DÉCIDE de prendre acte de la présentation et de la tenue du débat en séance sur les orientations générales du RLPI, en application des dispositions combinées des articles L581-14 de Code de l'environnement et l'article L 153-12 du Code de l'urbanisme.

FAIT ET DELIBERE

les jour, mois et an susdits,

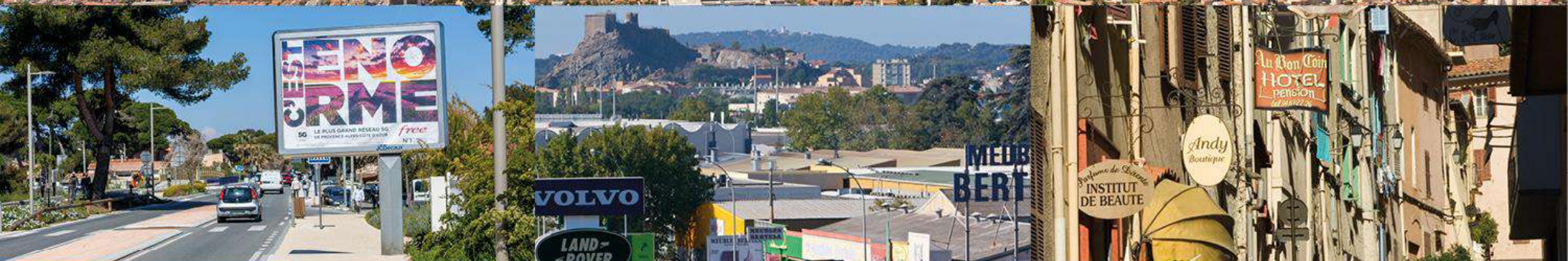
LE MAIRE

ADOPTÉE A L'UNANIMITÉ (43 VOIX)

Publié le 11/10/2023

Reçu en préfecture le 11/10/2023

Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages



LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

Orientation n° 1 – Valoriser les paysages urbains et la qualité du cadre de vie quotidien qui fait l'attractivité résidentielle de TPM

- Réduire de façon globale l'emprise de l'affichage publicitaire sur le territoire, en encadrant la densité et en réduisant, dans la majorité des secteurs, les formats d'affichage autorisés ;
- Adapter les supports et le format des publicités et préenseignes à la réalité urbaine du territoire Métropolitain, c'est à dire :
 - aux différents profils des communes présents sur le territoire : définir un gradient entre centralités villageoises, centralités urbaines et pôles urbains structurants.
 - au tissu urbain (centre-ville, zone résidentielle, zone économique,...).
- Améliorer l'intégration urbaine des enseignes : encadrer leur nombre, leur format et leur qualité.



LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

Orientation n° 2 – Valoriser l'image de TPM par la qualité de ses entrées de villes et traversées de territoire

- Réduire l'emprise de l'affichage sur les entrées de ville et traversées urbaines majeures du territoire, en travaillant sur le format et la densité.
- Protéger les cônes de vues sur les éléments de patrimoine naturel et le bâti emblématique du territoire de la Métropole, ainsi que les ouvertures visuelles sur la mer.



LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

Orientation n° 3 – Préserver et mettre en valeur l'identité de TPM, ses richesses paysagères et patrimoniales

- Valoriser les entrées du **Parc National de Port-Cros** pour les communes adhérentes (Hyères, La Garde, Le Pradet) en adaptant l'affichage publicitaire selon les préconisations de la charte ;
- Limiter le développement de l'affichage publicitaire dans **les centres historiques**, travailler l'intégration architecturale et urbaine des enseignes, avec une attention particulière **en site patrimonial remarquable**.
- Limiter voire interdire certains dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes) pouvant impacter l'identité des paysages métropolitain, son littoral, ses îles, ses presqu'îles, ses massifs boisés, etc...



LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

Orientation n° 4 – Intégrer la visibilité des activités économiques et culturelles

- ✚ Prendre en compte le besoin des activités locales de se signaler, notamment celles situées en retrait des axes principaux.
- ✚ Conserver la possibilité d'installer du mobilier d'information municipale, qui pourra éventuellement recevoir une face publicitaire nécessaire à la gestion de ces supports.
- ✚ « Aérer » le paysage urbain des zones commerciales en limitant la densité des différents dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes), tout en maintenant des formats adaptés à la vocation de ces zones.



LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

Orientation n° 5 – Adapter la règle nationale d'extinction nocturne pour les dispositifs lumineux

- Limiter la pollution lumineuse et les consommations d'énergie en définissant une plage d'extinction nocturne adaptée aux publicités et enseignes lumineuses ;
- Limiter l'implantation de publicités numériques ;
- Encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial ;

