

Département
DE L'AUDE

Arrondissement
De NARBONNE

COMMUNE
DE NARBONNE

Le 4 mai 2017, le Conseil Municipal s'est réuni en session ordinaire, par convocation en date du 27 avril 2017

Sous la présidence de **M. Didier MOULY**

Présents :

M. Didier MOULY, M. Bertrand MALQUIER, Mme Emma BELLOTTI-LASCOMBES, Mme Evelyne RAPINAT, M. Jean-Paul CESAR, Mme Sylvie ALAUX, Mme Yamina ABED, M. Eric PARRA, M. Yves PENET, M. Jacques PAIRO, M. Alain VICO, M. Guy CLERGUE, M. Robert DEJEAN, M. Jean-Claude JULES, M. Jean-Pierre COURREGES, M. Serge FUSTER, Mme Dominique MARTIN-LAVAL, Mme Zohra TEGGOUR, M. Jean-Michel ALVAREZ, Mme Sandrine MONTAGNE, M. Vincenzo GIARDINA, Mme Caroline OLIVAS-GUISSET, Mme Agnès PUYBAREAU, Mme Rabiye MONTÖR, M. Jacques BASCOU, Mme Hélène SANDRAGNÉ, M. Nicolas SAINTE-CLUQUE, Mme Isabelle HERPE, Mme Catherine BOSSIS, Mme Sabine FLAUTRE, M. Tristan LAMY, M. Marc ORTIZ, M. Jacques ADRADOS, Mme Sabine PEYROUZEL, Mme Corinne AMOROS, Monsieur Patrick BARDY, M. Christian LOUMAGNE

Absents ayant donné procuration :

M. Xavier BELART, Mme Gaëlle PAVAN, Mme Cyrielle BOUISSET

Absents :

Mme Marie-Noëlle GARBAY, M. Jean-Marie ORRIT, Mme Ophélie LE BERRE, M. Jean-Marc PEREA, Mme Julie RIPERT

Secrétaire de séance élu selon l'article L 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales : M. Vincenzo GIARDINA

OBJET : ESPACE PUBLIC - RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP) - RÉVISION

M. Eric PARRA expose :

La Ville de Narbonne est actuellement dotée d'un Règlement de Publicité qu'elle a approuvé le 14 octobre 1992,

Depuis, le contexte local a évolué tant sur le plan urbanistique, que commercial et démographique. En outre, la ville a adhéré à la charte du Parc Naturel Régional (PNR) de la Narbonnaise en Méditerranée.

Parallèlement, le contexte législatif et réglementaire en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes a évolué depuis l'entrée en vigueur de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (ENE) et du règlement national de publicité (RNP) du 30 janvier 2012.

Cette loi prévoit que les règlements de publicité antérieurs à son entrée en vigueur disposent d'un délai de 10 ans, soit le 13 juillet 2020, pour se conformer au nouveau droit de la publicité extérieure, faute de quoi ils seront caducs.

Cette loi prévoit également de nouvelles conditions d'élaboration et de révision des RLP et confère à l'EPCI compétent en matière de PLU, une compétence de principe pour élaborer un RLP. A défaut, la compétence demeure communale.

Comme la communauté d'agglomération du Grand Narbonne ne détient pas la compétence pour élaborer un PLU, il revient par conséquent à la ville de Narbonne de réviser son règlement pour le transformer en RLP conforme aux nouvelles exigences légales et réglementaires. La procédure devra être conduite conformément à la procédure d'élaboration des PLU.

Pour l'ensemble de ces raisons, il est nécessaire d'engager la révision du règlement de publicité afin de mettre en œuvre une politique environnementale en matière de publicité extérieure adaptée aux caractéristiques actuelles de notre territoire.

Cette action volontariste souhaitée par l'équipe municipale permettra, en outre, de lutter efficacement contre la pollution visuelle et de renforcer l'attractivité commerciale du cœur de ville.

Pour ce faire, les objectifs de cette révision, en application de L.153-11 du code de l'urbanisme, sont ainsi de :

- mettre en valeur les espaces naturels. La commune a gardé un écrin naturel, où la publicité n'a pas sa place. Elle est d'ailleurs partiellement interdite par simple application du règlement national
- adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération. La publicité est interdite hors agglomération. Le zonage du futur RLP doit donc reprendre rigoureusement les contours de l'agglomération telle que définie par arrêté municipal du 16 mars 2016
- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale. Dans les parties de l'agglomération couvertes par le site patrimonial remarquable (secteur sauvegardé), par le parc naturel régional, ainsi qu'aux abords des monuments historiques, il est envisageable d'accorder une place à la publicité, notamment celle qui est supportée par le mobilier urbain
- fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville. L'attractivité du centre-ville peut être renforcée par l'harmonisation des enseignes, qui assurera une meilleure mise en valeur de l'architecture. La cohérence avec les règles du plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) sera assurée. La lisibilité des commerces s'en trouvera améliorée
- alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives. Les entrées de ville subissent des concentrations de publicités et d'enseignes. L'anarchie et la faible qualité des dispositifs provoquent une dégradation du paysage et rendent difficile l'orientation des usagers de la voie publique
- encadrer les technologies nouvelles. Publicités et enseignes numériques ont déjà investi le territoire narbonnais. Progrès technologique pouvant donner une image dynamique de la ville, la multiplication de ces dispositifs n'est pas souhaitable pour le cadre de vie et leur présence n'est pas acceptable en tous lieux
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale. Les horaires d'extinction nocturne nationaux (1h/6h) sont à adapter à l'activité réelle narbonnaise. Au-delà de la quiétude des habitants, les économies d'énergie constituent un enjeu national.

Vu l'avis de la commission de l'Urbanisme, du Cadre de vie et de la Solidarité, je vous propose :

- de prescrire la révision du règlement local de publicité de la Ville dans le cadre des objectifs évoqués ci-dessus,
- de mettre en œuvre la concertation, pendant la durée d'élaboration du projet, conformément à l'article L.103-3 du code de l'urbanisme, selon les modalités suivantes :
 - diffusion des documents d'études mis à jour régulièrement sur le site internet de Narbonne ;
 - information de l'avancement du projet de RLP dans le bulletin municipal ;
 - mise à disposition du public pendant toute la durée d'élaboration du projet de RLP d'un dossier comprenant les études mises à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable à la mairie ;
 - mise à disposition à la mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites ;
 - organisation d'une réunion publique ;
 - organisation de réunions avec les personnes publiques associées et les personnes concernées (afficheurs, commerçants...).
- de décider que, conformément à l'article L.153-11 du code de l'urbanisme, la présente délibération sera notifiée aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L.132-7 et L.132-9 du même code ;
- conformément à l'article R.153-21 du code de l'urbanisme, la présente délibération fera l'objet d'un affichage au siège de la mairie pendant 1 mois, d'une mention de cet affichage en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département, ainsi que d'une publication dans le recueil des actes de la commune ;
- d'autoriser Monsieur le Maire ou son représentant légal dûment désigné, d'exécuter la présente délibération et, notamment, de signer tout document de type administratif, technique ou financier relatif à ce dossier.

Le Conseil adopte à l'unanimité.

Acte certifié exécutoire par

Publication le: 11 Mai 2017

Réception par la sous-préfecture

de Narbonne le: 11 Mai 2017

(et transmission prévue par les textes)

Pour le Maire de Narbonne
et par délégation,

Emilie NICOLAS,

Chef du service des Affaires Juridiques



M. Le Maire

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Didier Mouly".

Me Didier MOULY

REVISION
DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)
DE LA COMMUNE DE NARBONNE



Qu'est-ce qu'un RLP ?

-Un document régissant l'affichage publicitaire sur le territoire communal.

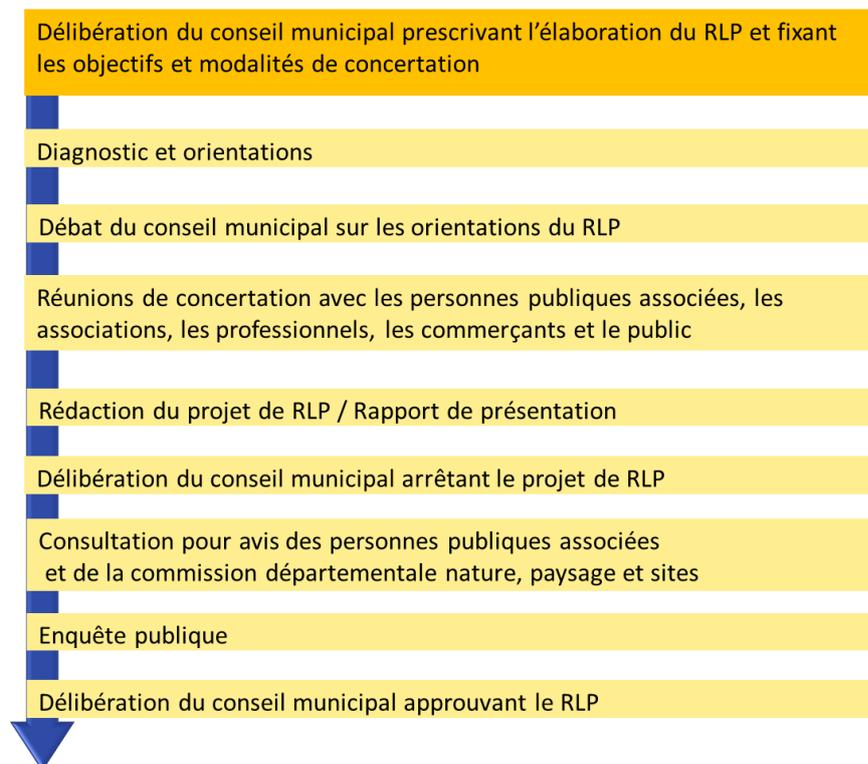
-L'expression du projet de la commune en matière d'affichage publicitaire et d'amélioration du cadre de vie.

-Un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l'affichage.

-Un RLP ne peut être que plus restrictif que la règle nationale.

-Sa couverture concerne tout le territoire de la commune.

-Une procédure de révision similaire aux Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) :



Quels sont les dispositifs concernés ?

Les publicités :

Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.



Les enseignes :

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Les préenseignes :

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Pourquoi réviser notre RLP ?

La publicité, les enseignes et les préenseignes ont un impact important sur le cadre de vie de notre commune. Un premier règlement local de publicité, arrêté en 1992, a permis d'éviter des débordements trop importants. Toutefois, l'évolution de la commune, les nouvelles techniques publicitaires, la création du parc naturel régional ainsi que les modifications législatives ou réglementaires nationales récentes rendent nécessaires la modernisation de la réglementation locale.

Le code de l'environnement protège le patrimoine et les zones naturelles, limite la surface des publicités et des enseignes, leur hauteur, leur nombre. Le règlement local a une visée plus restrictive que le règlement national : il définit des lieux où la publicité sera admise et ceux où elle sera interdite, il peut réduire la surface ou le nombre des dispositifs. Le règlement local introduit des règles d'ordre esthétique pour une meilleure intégration des enseignes dans leur contexte, en centre-ville comme dans les zones commerciales.

Pour autant, le droit d'expression doit être respecté et les activités locales, commerciales notamment, doivent pouvoir se signaler et afficher leurs offres.

La procédure de révision du règlement local de publicité est identique à celle du plan local d'urbanisme, les deux n'étant toutefois pas liées. Cette procédure fait une large place à la concertation. Le public, les professionnels, auront largement la possibilité de faire valoir leurs propositions durant la construction du nouveau règlement, dont la durée est estimée à 18 mois environ. Le conseil municipal aura à débattre des orientations, à arrêter le projet, puis à l'approuver à l'issue d'une enquête publique.

L'ensemble du territoire communal est concerné : les entrées de ville, Narbonne-Plage, le secteur sauvegardé, les quartiers résidentiels auront tout à gagner à une diminution du nombre et des surfaces de l'ensemble des dispositifs. De la même façon, une meilleure organisation de la publicité extérieure bénéficiera aux entreprises locales en rendant plus lisible leur communication.



Pour tout renseignement:

-Site Internet: <http://www.narbonne.fr/gestion-dispositifs-publicitaires>

-Direction de l'Espace Public

Service Pôle Réglementaire

M. Gilles DESARNAUD ☎ 04.68.90.30.88 / M. Cyrille CALVET ☎ 04.68.90.26.57