

Département
DE L'AUDE

Arrondissement
De NARBONNE

COMMUNE
DE NARBONNE

Le 22 juin 2017, le Conseil Municipal s'est réuni en session ordinaire, par convocation en date du 15 juin 2017

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

Présents :

M. Didier MOULY, M. Bertrand MALQUIER, Mme Emma BELLOTTI-LASCOMBES, Mme Evelyne RAPINAT, Mme Marie-Noëlle GARBAY, 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, M. Xavier BELART, M. Jean-Michel ALVAREZ, Mme Sandrine MONTAGNE, Mme Gaëlle PAVAN, Mme Caroline OLIVAS-GUISSET, Mme Agnès PUYBAREAU, M. Jean-Marie ORRIT, Mme Ophélie LE BERRE, 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. Vincenzo GIARDINA, Mme Cyrielle BOUISSET, M. Jacques BASCOU, Mme Hélène SANDRAGNÉ

Absents :

Mme Zohra TEGGOUR, Mme Rabiye MONTÖR, M. Jean-Marc PEREA, Mme Julie RIPERT

Secrétaire de séance élu selon l'article L 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales : Mme Yamina ABED

OBJET : ESPACE PUBLIC - DÉBAT SUR LES ORIENTATIONS GÉNÉRALES DU PROJET DE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

M. Eric PARRA expose :

Un Règlement Local de Publicité (RLP) édicte des prescriptions à l'égard des publicités, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national, peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale, et dans une certaine mesure, la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression, ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

La procédure d'élaboration du RLP est identique à celle du PLU. Cela conduit à la tenue d'un débat sur les orientations du règlement en conseil municipal.

Le conseil municipal ayant décidé de réviser le RLP de 1992 par délibération du 4 mai 2017, il est proposé aujourd'hui au conseil municipal de débattre sur les orientations générales du projet de RLP. Il s'agit d'un débat sans vote.

Objectifs du RLP :

La délibération du 4 mai 2017 a fixé au RLP les objectifs suivants :

- Mettre en valeur les espaces naturels.
- Adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération.
- Déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale.
- Fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville.
- Alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives.
- Encadrer les technologies nouvelles.
- Contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale.

Présentation du diagnostic :

L'étude du terrain, réalisée au cours du premier semestre 2017, analyse les publicités et les enseignes sur l'ensemble du territoire communal : en centre-ville,

dans les zones résidentielles, sur les grands axes, dans les grands centres d'activités, à Narbonne-Plage, à la Nautique et hors agglomération.

Il apparaît que des publicités sont installées hors agglomération ou dans des secteurs naturels en agglomération. Par ailleurs, le statut de certains secteurs où le règlement de 1992 autorisait la publicité se trouve inadapté aux nouveaux contours de la zone agglomérée. Enfin la situation de la publicité dans le parc naturel régional, qui n'existait pas en 1992, doit être clarifiée.

Dans le centre-ville historique, la publicité n'est présente que sur le mobilier urbain (abris, planimètres...)

Les enseignes ne sont pas assez travaillées sur le plan esthétique, elles sont souvent trop nombreuses, trop hautes ou altèrent l'architecture. Les dispositifs temporaires (banderoles, chevalets etc.) envahissent l'espace public.

En bordure des grands axes et dans les grands centres d'activité, la publicité est trop dense ; la hauteur et la surface des panneaux sont souvent inadaptées au contexte. La qualité du matériel publicitaire est quelquefois à déplorer et son installation à proximité des habitations ou sur des clôtures est préjudiciable au cadre de vie.

Les enseignes connaissent des excès qui n'apportent rien aux entreprises qu'elles signalent et polluent la lecture du paysage : Principalement, la hauteur et la surface des enseignes scellées au sol sont excessives. La hauteur des lettres des enseignes en toiture gêne les perspectives.

La publicité et les enseignes numériques sont encore peu présentes sur la ville, mais leur développement est à maîtriser impérativement.

Présentation des orientations générales :

La combinaison des objectifs et du diagnostic a permis de définir les orientations suivantes :

ORIENTATIONS RELATIVES AUX PUBLICITÉS

1. Interdire totalement la publicité dans les zones naturelles et dans les zones non-bâties
2. Déterminer sans ambiguïté les lieux agglomérés où la publicité est admise
3. Dans le parc naturel régional et dans le secteur sauvegardé, lever l'interdiction des publicités tout en ne les admettant que sur mobilier urbain
4. Espacer les publicités
5. Affiner l'esthétique des matériels publicitaires et leur intégration dans le cadre de vie
6. Réduire la surface et la hauteur maximum des publicités
7. Préserver la perception du bâti
8. Définir les lieux où les dispositifs numériques et les bâches publicitaires sont autorisés, et fixer leur surface maximum
9. Adopter des horaires d'extinction nocturne adaptés à l'activité narbonnaise afin de réduire la facture énergétique

ORIENTATIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES

10. Limiter le nombre et la surface des enseignes perpendiculaires et parallèles
11. Abaisser la hauteur des enseignes sur les façades
12. Restaurer la lisibilité de l'architecture des bâtiments où sont installées les enseignes
13. Encadrer les dispositifs temporaires, les chevalets et les enseignes lumineuses
14. Inciter à l'emploi de matériaux ou techniques valorisants
15. Restreindre l'occultation des vitrines
16. Réduire la surface maximum des enseignes scellées au sol
17. Limiter l'impact sur les perspectives des enseignes en toiture

Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ;

Vu le code de l'environnement, notamment l'article L.581-14-1 qui prescrit que les règlements locaux de publicité sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme ;

Vu le code de l'urbanisme, notamment l'article L.153-12 qui prescrit qu'un débat au sein du conseil municipal sur les orientations du projet doit se tenir deux mois au plus tard avant l'examen du projet ;

Vu la délibération en date du 4 mai 2017 de la ville de Narbonne qui prescrit la révision du RLP, fixe les objectifs poursuivis et les modalités de concertation.

Après que les orientations générales ont été présentées, le conseil municipal a débattu.

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

- de prendre acte des orientations générales du projet de RLP et des termes du débat.
- de charger 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 municipal prend acte.

Acte certifié exécutoire par
Publication le 27 JUIN 2017
Réception par la sous-préfecture
de Narbonne le 27 JUIN 2017
(et transmission prévue par fax versée)
Pour le Maire de Narbonne
et par délégation,
Emilie NICOLAS
Chef du service des Affaires Juridiques



M. Le Maire

Me Didier MOULY