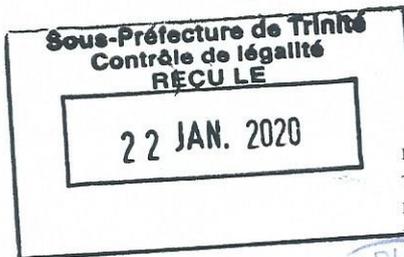




REPUBLIQUE FRANCAISE
COLLECTIVITE TERRITORIALE DE MARTINIQUE
VILLE DU ROBERT

EXTRAIT DU REGISTRE
DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

Séance du 19 décembre 2019



DELIBERATION RENDUE EXECUTOIRE
TRANSMISE A LA SOUS-PREFECTURE, le
PUBLIEE OU NOTIFIEE, le
DOCUMENT CERTIFIE CONFORME

22 JAN. 2020



Le Maire

Date de convocation

11 décembre 2019

Le dix-neuf décembre 2019 à dix-huit heures, les membres du Conseil Municipal de la ville du Robert, dûment convoqués, se sont réunis à l'hôtel de Ville en session ordinaire, sous la présidence de M. Alfred MONTHIEUX, Maire

Étaient présents : 26

Objet :

Délibération n°2019/12/82

*Débat sur les orientations du
Règlement Local de Publicité*

MM : Farell FRANCOIS-HAUGRIN, M^{me} Danielle NOMEL, Claude BELLUNE, M^{me} Joëlle LINORD, Wiltord HARNAIS, M^{me} Gwladys COLER, Belfort BIROTA, Emile GARCON, M^{me} Maryse RANGOLY, Patrice MARIE-MAGDELEINE, Jules MAXIMIN, Nikita CAPGRAS, M^{me} Joëlle FELIXINE, M^{me} Marie-Evelyne MARIE-LUCE, M^{me} Julia GLANNY, Robert DULYMOIS, M^{me} Lyvia LEGROS, Mickaël MARTHELY, M^{me} Marie-Hélène BAUR, Jonathan ANACLET, Félix GINEAU, M^{me} Chantal MAIGNAN, Sylvain HOCHÉ, M^{me} Sylvie RACHEL-MERINE, Jiovanny WILLIAM.

Procurations : 02

M^{me} Laura VILLET (pouvoir à M. Jonathan ANACLET), M^{me} Annie-Laure MONTHIEUX (pouvoir à M^{me} Joëlle LINORD)

Absents non excusés : 07

Christian VERNEUIL, M^{me} Quelly LONETE, Jean-Paul ALBIN, Fred MIRAM-MARTHE-ROSE, M^{me} Marlène CONDORIS, M^{me} Tania COLOMBO, Lucien SAINTE-ROSE.

L'appel terminé et le quorum atteint, le Président déclare la séance ouverte,

Il est, conformément aux dispositions de l'article L.2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, procédé aux choix d'une secrétaire de séance.

Madame Lyvia LEGROS est désignée pour remplir les dites fonctions.

Débat sur les orientations du règlement local de publicité

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'arrêt du projet ;

VU la délibération en date du 1^{er} mars 2018 de la ville du Robert qui prescrit la révision du RLP fixe les objectifs suivants :

Toute installation de publicité, pré enseigne ou enseigne est réglementée par le code de l'environnement dès lors que le dispositif est visible d'une voie ouverte à la circulation du public. 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, appelée règlement national de publicité (RNP). La liberté d'expression, ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie, doivent toutefois être garanties.

Les communes peuvent décider d'adapter le RNP dans le cadre d'un règlement local de publicité (RLP). Ce dernier édicte des règles plus restrictives que le RNP, qui peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement rend caducs les RLP en vigueur le 14 juillet 2020. Faute de révision du RLP, le règlement national redevient applicable.

Le conseil municipal a décidé de réviser le RLP du 3 juin 2002 par délibération du 1^{er} mars 2018. Cette délibération fixe les objectifs suivants :

- la valorisation de la qualité des paysages urbains ;
- la garantie d'un cadre de vie agréable à ses habitants ;
- l'amélioration de l'attractivité du tissu économique, en favorisant la visibilité des activités existantes et des nouvelles implantations : Voie sur berge, pôle cinématographique, Mansarde Nord, Bourg de Vert-Pré, entrée Sud, entrée Nord, Centre Caribéen de la Mer, pôle environnemental de Pointe Jean-Claude...);
- la protection du patrimoine naturel et bâti (vues, arbres, maisons, châteaux, équipements publics...).

Et arrête les modalités de concertation suivantes :

- ouverture d'un registre en mairie en vue de recueillir les observations du public ;
- publication d'informations sur le site internet de la Ville ;
- parution d'informations dans le bulletin municipal de la Ville et dans la presse locale.

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'arrêt du projet ;

Le présent rapport sert de support au débat.

Le diagnostic :

1 - Le contexte réglementaire :

La population totale de la commune est de 23 475 habitants (source INSEE 2019). La particularité pour le Robert réside en la présence de 2 secteurs agglomérés, le Centre-Bourg et Vert-Pré qui ont des populations différentes. Le centre-ville comporte plus de 10 000 habitants et Le Vert-Pré compte moins de 10 000 habitants. De ce fait, les prescriptions du règlement national de publicité applicables y sont différentes, tant pour les publicités que pour les enseignes.

Publicité :

		Règles applicables dans le bourg	Règles applicables au Vert-Pré
Sur mur	Surface	12 m ²	4 m ²
	Hauteur	7,5 m	6 m
Scellé au sol	Surface	12 m ²	Interdit
	Hauteur	6 m	
Mobilier urbain	Surface	12 m ²	2 m ²
	Hauteur	6 m	3 m
Numérique	Surface	8 m ²	Interdit
	Hauteur	6 m	
Petit format	Surface unitaire	1 m ² (max 2 m ²)	
Sur bâche	Autorisée		Interdit
Horaires d'extinction	De 1h à 6h		

Enseignes :

		Règles applicables dans le bourg	Règles applicables au Vert-Pré
Sur mur	Surface	% de la surface de la façade commerciale	
Scellé au sol	Surface	12 m ²	6 m ²
	Hauteur	6,5 m si largeur > à 1 m ou 8 m si largeur < à 1 m	
	Densité	1 par voie bordant l'établissement	
	< à 1 m ²	Pas de règle de densité	
En toiture	Surface	< à 60 m ²	
	Hauteur	Fonction de la hauteur de la façade commerciale	
Horaires d'extinction	De 1h à 6h		

2 - Les zones d'enjeux :

L'analyse du territoire communal met en évidence cinq types de lieux que le futur RLP devra prendre en compte :

- le patrimoine naturel protégé ou non par le code de l'environnement ;
- le patrimoine bâti ;
- les 2 centre-bourgs ;
- les axes routiers structurants ;
- les entrées de ville et les zones d'activités ou commerciales.

3 - Les limites d'agglomération :

La publicité est admise en agglomération et interdite hors agglomération. Il conviendra de vérifier et d'actualiser si besoin l'arrêté municipal fixant ces limites, notamment sur la RD 1. Cet arrêté ainsi que le plan matérialisant les limites constituent des annexes du RLP.

4 - L'étude terrain :

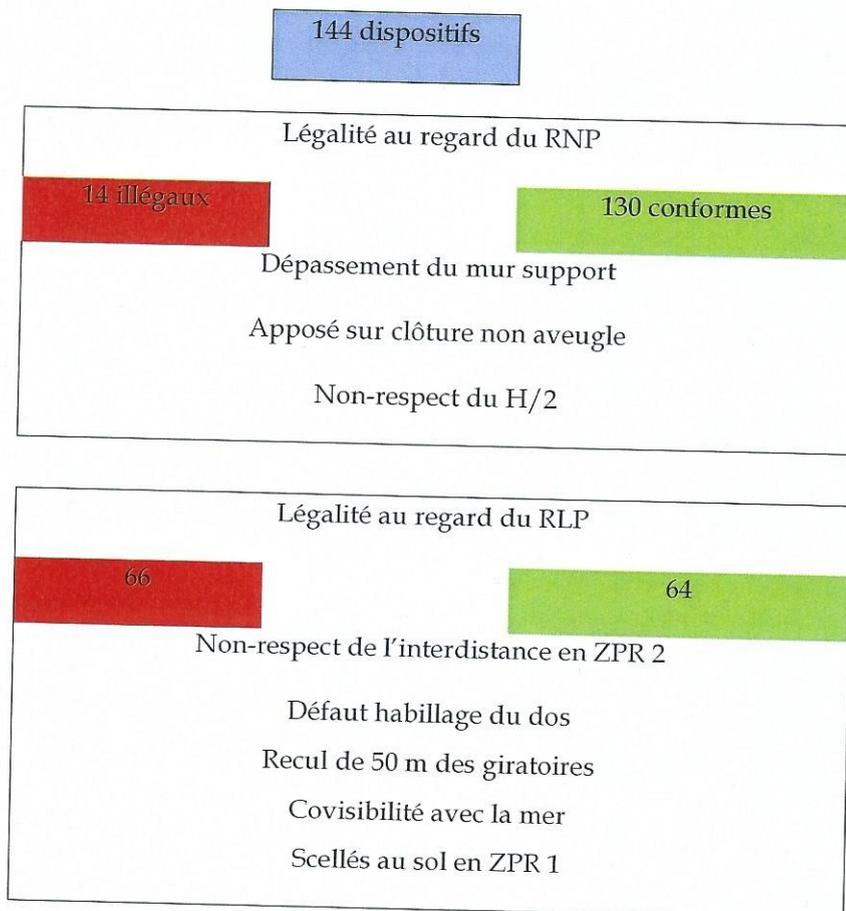
L'étude terrain, réalisée au cours du mois de juillet 2019, distingue les publicités et les enseignes dans les différentes composantes du territoire.

Publicité :

L'étude montre que la majorité des implantations est située le long de la RD 1 dans sa partie sud, de la RN 1 et dans le centre-ville. Les entrées de ville sur ces deux axes sont dénaturées par la présence de dispositifs publicitaires ne s'intégrant pas à l'environnement proche. L'étude de l'agglomération sur la RD 1 est importante, car une partie de l'axe est située hors territoire aggloméré au sens du RLP actuel, mais en agglomération au sens du code de la route.

144 dispositifs de plus d'1,5 m² ont été recensés.

Tous les dispositifs sont installés sur des propriétés privées, il n'y a pas de mobilier urbain publicitaire.



De nombreux dispositifs publicitaires sont constitués de matériel ancien et de faible qualité. La majorité des dispositifs a une surface de 10,5 m². La technologie numérique, apparue depuis quelques années, est quasiment absente du territoire (1 seul dispositif éteint actuellement).

Enseignes

L'étude portant sur les enseignes consiste en une analyse de leur impact dans leur environnement proche.

En centre-ville, des efforts d'insertion dans l'architecture ont été réalisés, mais la nature du bâti ne rend pas l'exercice aisé. Il convient de poursuivre la politique qualitative actuelle.

Des illégalités ont été constatées et concernent les enseignes installées en toiture et les enseignes scellées au sol.

Les enseignes murales perpendiculaires sont de formes très disparates, leur implantation anarchique. En ne respectant pas toujours le bâti, elles donnent une lecture désordonnée des rues.

Aux abords des axes structurants et dans les zones commerciales, quelques irrégularités commises par des enseignes en toiture ont également été constatées.

Quelques exemples d'enseignes scellées au sol de bonne présentation ont toutefois été relevés.

5 - Les orientations générales :

Ce diagnostic a permis de définir les orientations suivantes :

Pour la publicité :

1) Limiter la densité :

Les règles actuelles (RNP et RLP) n'empêchent pas totalement la multiplication des panneaux. Elles doivent être renforcées.

2) Renforcer la protection des espaces de nature et des perspectives paysagères

La publicité n'a pas sa place dans ces zones. Le RLP doit préciser les lieux qui seront soumis à une restriction de l'implantation des publicités, voire à une interdiction.

3) Réduire et harmoniser la surface des dispositifs :

La quasi-totalité des dispositifs en place ont une surface utile de 8 m² et une surface totale de 10,5 m². Cette surface réduite par rapport au maximum fixé par le RNP doit être généralisée.

4) Exiger une qualité de matériel et d'entretien :

L'esthétique des dispositifs publicitaires et la qualité de leur conception qui assure leur pérennité renforcent leur intégration dans le paysage.

5) Anticiper le développement de publicité numérique :

Bien que présente actuellement uniquement par le biais d'un dispositif en place, ce type de technologie doit être pris en compte.

6) Élargir la plage horaire d'extinction des panneaux :

La réduction de la facture énergétique nationale, ainsi que la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à exiger une extinction des publicités sur une plage horaire plus large que la norme nationale.

Pour les enseignes :

1) Intégration des enseignes en façade :

Poursuivre une politique de respect du bâti et d'adaptation de l'apposition des dispositifs sur les commerces.

2) Forme et surface des enseignes scellées au sol :

Ces obstacles visuels supplémentaires dans l'espace urbain nécessitent d'être limités.

3) Encadrer les enseignes en toiture :
Ces dispositifs ont un impact paysager très important. Définir leurs lieux d'implantation améliorera la qualité des perspectives.

4) Anticiper l'installation des enseignes numériques :
Bien qu'absent du territoire, ce procédé se développe aujourd'hui. Édicter les règles les encadrant doit faire partie du futur RLP.

5) Élargir la plage horaire d'extinction des panneaux :
Pour les mêmes motifs que la publicité et dans une volonté d'harmonisation, la plage d'extinction nocturne sera étendue de manière identique.

Enfin, le RLP comprendra des prescriptions relatives à la publicité sur les devantures, aux autocollants sur les vitrines, aux bâches de grand format, aux chevalets et aux enseignes temporaires.

L'ensemble des orientations étant partagé par les élus,

Le conseil municipal à l'unanimité a pris acte des orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité.

Pour extrait certifié conforme,

Robert, le 20 décembre 2019

Le Maire




Alfred MONTHIEUX