LE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Par délibération du 15 décembre 2020, la commune de Théoule-sur-Mer a prescrit l'élaboration de son Règlement Local de Publicité.

Pourquoi élaborer un règlement local de publicité ?

La loi offre aux communes qui le souhaitent la possibilité d'élaborer un Règlement Local de Publicité, qui permet **d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales**. C'est le choix que fait aujourd'hui la commune de Théoule-sur-Mer. À travers ce **document de planification,** il s'agit de **concilier visibilité économique et amélioration du cadre de vie**.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle 2 », a induit une réforme importante de la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes, entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Son objectif majeur est d'améliorer le cadre de vie, de lutter contre les nuisances visuelles et de réduire les consommations énergétiques.

En outre, l'élaboration d'un RLP permet au maire de prendre les compétences de la police de la publicité et donc de s'assurer de la bonne application de leur projet.

Qu'est-ce qu'un règlement local de publicité ?

Le Règlement Local de Publicité règlemente 3 typologies de dispositifs publicitaires :

Une pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.

Une enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble*et relative à une activité qui s'y exerce.

** terme désignant au sens du Code Civil le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment*

Une publicité : toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.

Le RLP fixe, secteur par secteur, les obligations en matière d'affichage publicitaire. Il vise à ajuster la réglementation nationale aux enjeux paysagers, touristiques et économiques de chaque territoire.

Il définit des règles permettant de protéger le patrimoine et le cadre de vie tout en maintenant pour les entreprises des possibilités de communiquer.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général.

Les quatre étapes de la révision

Étape 1 – Observer le territoire

- Faire un état des lieux, identifier les dispositifs existants et faire ressortir les enjeux par secteur.

Étape 2 : Définir des objectifs

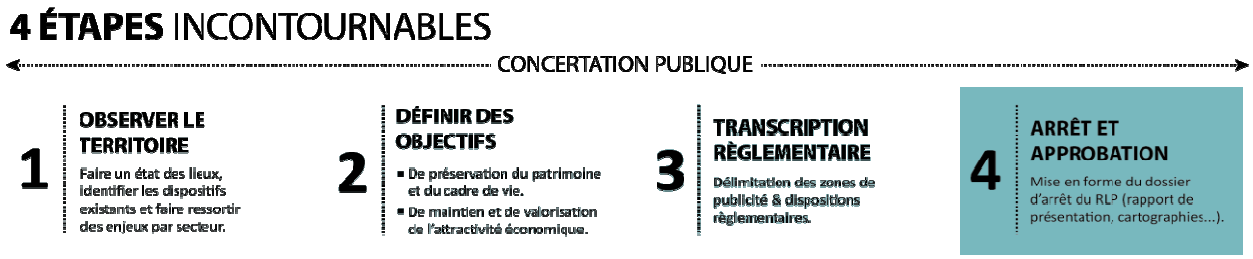
- De préservation du patrimoine et du cadre de vie.
- De maintien et de valorisation de l'attractivité économique.

Étape 3 : Transcription règlementaire

- Délimitation des zones de publicité et des dispositions règlementaires.

Étape 4 : Arrêt et approbation

- Mise en forme du dossier d'arrêt du RLP (rapport de présentation, cartographie...).



Aujourd'hui, l'étape 1« observer le territoire »est terminée et l'étape 2 « définir des objectifs » est stabilisée. L'étape de transcription règlementaire est en cours.

Les enjeuxidentifiés sur le territoire communal

- La valorisation de l'image de la traversée urbaine par la D6098 ;
- La préservation des cônes de vue remarquables sur le littoral communal ;
- La valorisation de l'image du centre village : amélioration de la lisibilité des commerces et de la qualité de certains dispositifs ;
- La préservation de la qualité du cadre de vie dans les quartiers d'habitat, également concernés par la présence de plusieurs éléments bâtis remarquables (pour lesquels la qualité des abords est à pérenniser) ;
- Un potentiel de visibilité économique à conserver, en particulier sur le centre-ville et les pôles d'activités balnéaires et portuaires situés en retrait de la D6098, nécessaire à l'attractivité des entreprises et à leur fonctionnement ;

- Le maintien du potentiel d'affichage publicitaire sur mobilier urbain, outil de promotion touristique et culturel et de communication auprès des habitants ;

La procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité et vous

Conformément à la délibération prescrivant la révision du RLP, une concertation publique a lieu entre les acteurs concernés. Une fois le projet arrêté, une enquête publique doit être menée. Le RLP doit ensuite être approuvé et rendu public (par voie d'affichage, notamment).

À ce titre, la ville de Théoule-sur-Mer entend associer ses habitants et acteurs économiques tout au long de la démarche, afin qu'ils puissent s'informer et s'exprimer sur le projet. Les documents déjà produits sont disponibles sur le site internet de la commune à l'adresse suivante : https://theoule-sur-mer.fr/reglement-local-de-publicite/. Des informations complémentaires seront publiées par le biais d'articles dans le journal municipal et une réunion publique sera tenue au printemps prochain afin de vous exposer le projet de règlement.

Vous pouvez d'ores et déjà nous faire part de vos observations dans le registre de concertation prévu à cet effet, en Mairie, aux horaires d'ouverture.