



Commune de ROUSSET

**Rapport de présentation du
Règlement local de publicité**

Sommaire

Introduction	3
1. Contexte géographique et administratif	4
1.1. Localisation	4
1.2. Données chiffrées	5
1.3. Axes de communication	5
1.4. Activités économiques et industrielles	5
1.5. Sites protégés	5
1.6. Contexte géographique	5
2. Historique de la démarche	6
2.1. Chronologie :	6
1- Diagnostic de la publicité extérieure	6
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité	6
3. Diagnostic	7
3.1. Objet du diagnostic	7
3.2. Problèmes identifiés	7
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu	8
3.4. Synthèse statistique	9
4. Orientations	10
4.1. Améliorer l'attractivité du territoire et le bien-être des habitants en affirmant l'identité et l'image du territoire:	10
4.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :	11
4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes	11
5. Objectifs	12
5.1. Zonage : quatre niveaux de prescriptions	12
5.2. Objectifs pour les préenseignes	12
5.3. Objectifs pour les enseignes	13
Objectifs pour les enseignes du centre-ville	13
Objectifs pour les enseignes en zones d'activité	14
5.4. Objectifs publicité	15
5.5. Economies d'énergie	16
Conclusion	16

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un Règlement Local de Publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'Urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L.123-13 et des dispositions transitoires de l'article L.123-19 du même code.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. À défaut de document d'urbanisme, il est tenu à la disposition du public.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** 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.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.
Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R.123-25 du Code de l'Urbanisme, le RLP est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale. (*Article R.581-79 du Code de l'Environnement*)

1. Contexte géographique et administratif

1.1. Localisation

La commune de Rousset est située dans le département des Bouches-du-Rhône et la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, à environ douze kilomètres à l'Est d'Aix-en-Provence et 25 kilomètres au Nord-Est de Marseille.

Elle fait partie du canton de Trets.

La commune appartient à la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix.

Elle fait nouvellement partie de l'unité urbaine de Marseille - Aix-en-Provence au sens de l'INSEE, qui compte plus de 800 000 habitants.

La commune de Rousset est dans le périmètre du Schéma de Cohérence Territoriale du Pays d'Aix en cours d'élaboration.

Le territoire communal de Rousset est limité :

- au Nord par la commune de Saint-Antonin-sur-Bayon ;
- au Nord-Est par la commune de Puylobier ;
- au Sud-Est par la commune de Trets ;
- au Sud par la commune de Peynier ;
- au Sud-Ouest par la commune de Fuveau ;
- à l'Ouest par la commune de Châteauneuf-le-Rouge.



Extrait de carte IGN tirée du site « Géoportail »

1.2. Données chiffrées

Superficie communale : 19,5 km².

Densité de population en 2009 : 225 habitants par km².

Population en 2009 : 4 393 habitants environ (Enquête INSEE – Résultats non publiés).

Population en 1999 : 3 617 habitants.

1.3. Axes de communication

La commune de Rousset est traversée par deux axes routiers majeurs : la RD7n (ancienne Nationale 7) et l'autoroute A8. L'échangeur le plus proche de cette dernière, dit du « Canet », se trouve à 9 km du centre village sur la commune de Meyreuil.

La commune est également bordée en limite sud par le CD6 qui permet de relier localement Trets et Gardanne.

1.4. Activités économiques et industrielles

Le territoire de la commune de Rousset comprend un vaste pôle d'activité regroupant un total de l'ordre de 170 entreprises essentiellement industrielles, et 7 500 emplois.

Créée en 1961, la zone industrielle s'est spécialisée dans le domaine de la micro-électronique dans les années 1980. Le site de Rousset regroupe aujourd'hui des fabricants de composants électroniques et de semi-conducteurs de renommée internationale et se distingue comme un site majeur de production.

Le centre du village dispose en outre de la plupart des commerces et services de proximité.

1.5. Sites protégés

La montagne Sainte-Victoire est incluse dans une zone de protection spéciale (ZPS) dans le cadre des sites Natura 2000.

1.6. Contexte géographique

La commune de Rousset est adossée aux contreforts du plateau du Cengle, le long du flanc sud de la Montagne Sainte-Victoire.

Le village domine un paysage de plaine agricole, en partie composée de vignes et d'oliviers, qui s'étend jusqu'au bord de l'Arc, mais également la zone industrielle dont il est séparé par l'autoroute A8.

2. Historique de la démarche

2.1. *Chronologie :*

Pour prendre en compte l'évolution de la commune :

- intégration de la commune dans l'unité urbaine de Marseille - Aix-en-Provence, ce qui l'expose à l'implantation de dispositifs publicitaires scellés au sol ;
- projet d'extension de la zone industrielle de Rousset dans le secteur Favary, le long du CD6, qui suppose une révision simplifiée du POS ;

La commune de Rousset a délibéré le 29 mars 2012 pour prescrire l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur son territoire.

Les élus ont décidé début 2012 de mandater un bureau d'étude pour assister la commune dans l'élaboration d'un RLP. La mission confiée le 27 février 2012 au bureau d'étude Alkhos est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure ;
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLP.

1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic, réalisé de fin mars à mai 2012 a porté notamment sur le recensement des irrégularités en matière d'affichage publicitaire et sur l'identification des dispositifs nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.

Le diagnostic s'est achevé le 1^{er} juin 2012 par sa restitution en comité de pilotage.

2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, le 28 juin 2012, le conseil municipal s'est réuni pour débattre et s'accorder sur les orientations et objectifs du futur RLP.

Une réunion publique de concertation a été organisée le 17 octobre 2012 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux et des représentants des sociétés d'affichage.

Les services de l'Etat compétents en la matière ont été associés à cette procédure d'élaboration d'un RLP. Ils ont notamment été invités par la commune à s'exprimer sur le projet de RLP le 10 janvier 2013. Le projet de RLP a été modifié avant son arrêt pour intégrer leurs observations.

3. Diagnostic

3.1. *Objet du diagnostic*

A partir d'un repérage de terrain très précis, le prestataire a procédé à un recensement et une description de l'ensemble des dispositifs publicitaires non conformes sur le territoire communal à savoir : enseignes, préenseignes, panneaux publicitaires, mobilier urbain, micro-signalétique, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Le diagnostic date de début 2012, il est donc antérieur à la finalisation de la réforme du Code de l'Environnement initiée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II et complétée par le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 applicable depuis le 1^{er} juillet 2012.

Il ne perd cependant pas de son utilité puisque la plupart des infractions constatées sont toujours d'actualité. Il convient cependant de souligner que, compte tenu du durcissement global de la réglementation sur la publicité extérieure, le nombre de dispositifs non conformes est selon toute probabilité supérieur depuis le 1^{er} juillet 2012.

Il faut également préciser que les nouvelles dispositions réglementaires applicables à la publicité extérieure restent en-deçà des objectifs de la commune.

3.2. *Problèmes identifiés*

Un territoire faiblement dégradé dans l'ensemble par la publicité extérieure hormis dans certains secteurs et en particulier le long de la D7.

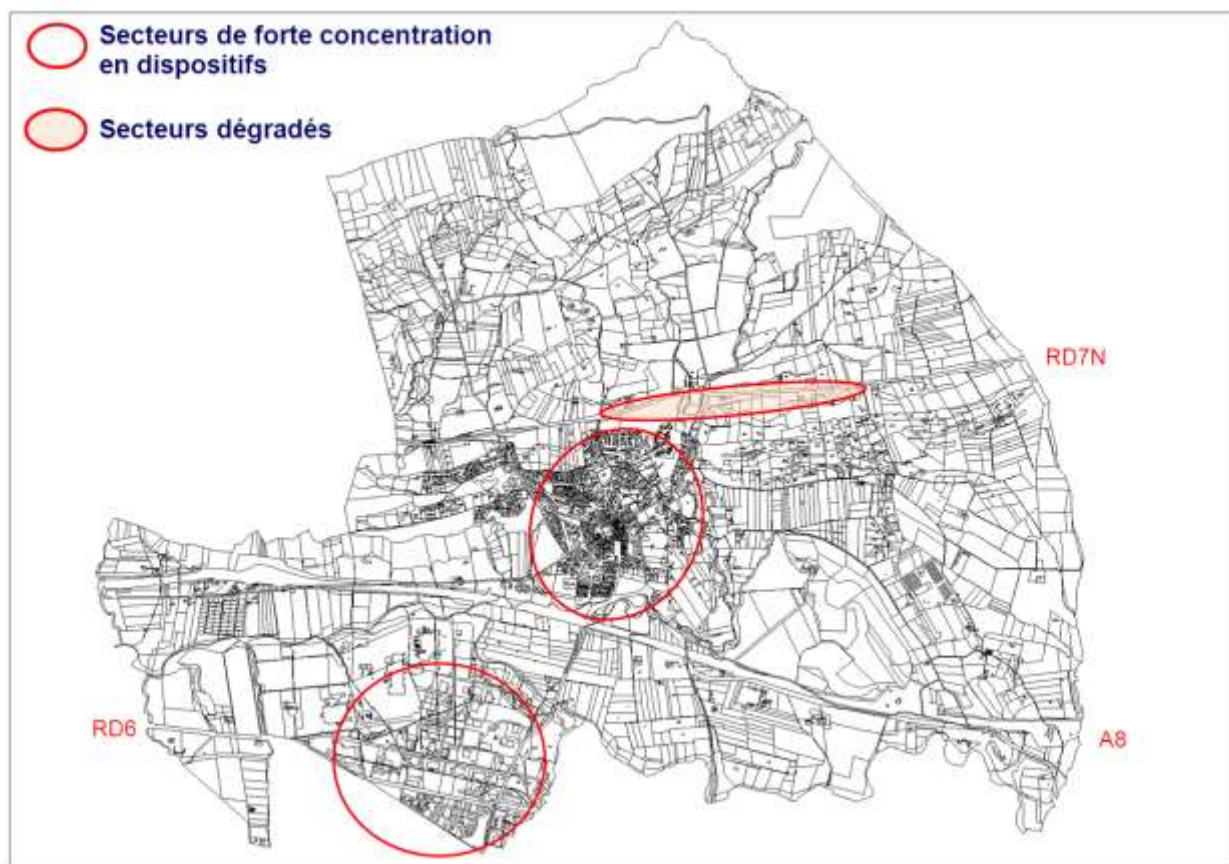
Un territoire qui pourrait rapidement se dégrader du fait de l'intégration de la commune dans l'unité urbaine de Marseille – Aix-en-Provence qui permet l'implantation de dispositifs de publicité scellés au sol.

- La question des préenseignes et de la signalétique, hors agglomération comme dans le centre-ville et dans la zone d'activité, est le problème principal auquel la commune est déjà confrontée.
- Des enseignes globalement acceptables mais qui peuvent être améliorées, en particulier en centre-ville.
- Impact faible de la publicité, pour l'instant...

L'enjeu du RLP est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune.

3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic à l'échelle de la commune a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



La majorité des infractions relevées se concentre le long de la RD7n.

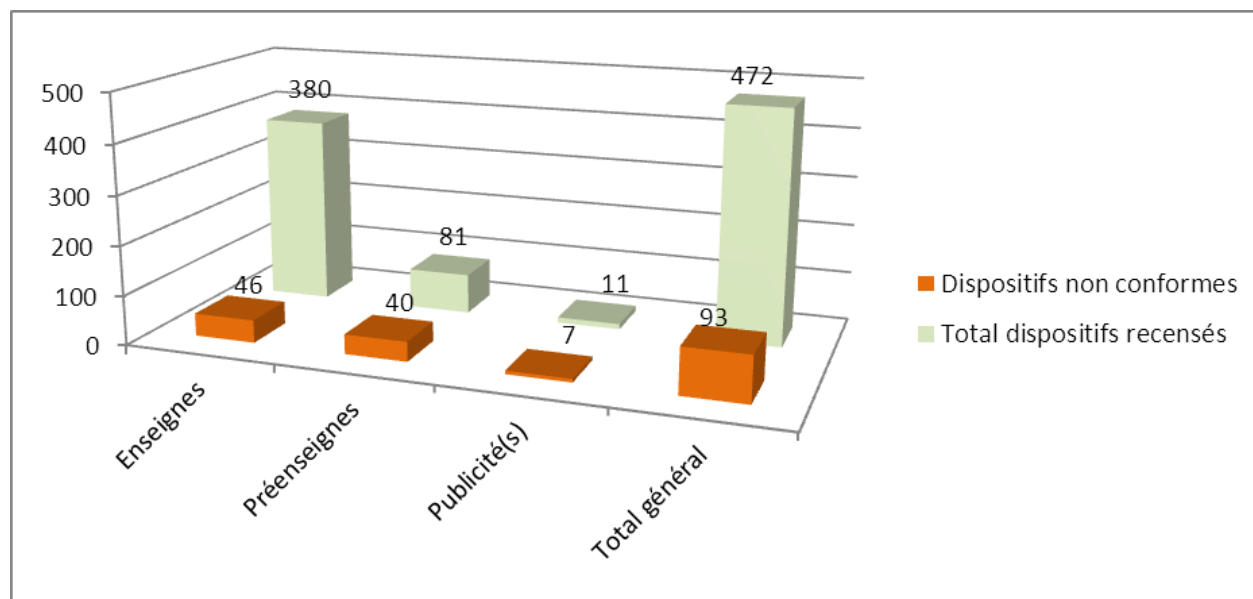
La commune comprend deux autres secteurs considérés comme à enjeux au regard de la publicité extérieure :

- la zone d'activité industrielle située entre l'A8 et le CD6.
- le centre-ville et ses extensions directes.

3.4. Synthèse statistique

La dégradation du territoire se caractérise notamment par un certain nombre de dispositifs en infraction avec le Code de l'Environnement.

93 dispositifs en infraction ont été recensés début 2012 sur les 472 dispositifs existants. Cela représente près d'un dispositif sur 5 non conforme avec le Code de l'Environnement.



La majorité des dispositifs en infraction sont les enseignes avec 46 dispositifs suivis de peu par les préenseignes avec 40 dispositifs. En proportion, les préenseignes sont en revanche beaucoup plus non conformes que les enseignes (49,4 contre 12,1 %).

Les publicités sont quasiment inexistantes : 11 dispositifs en tout dont tout de même 7 dispositifs non conformes.

Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que de nombreux dispositifs conformes vis-à-vis de la réglementation nationale, portent cependant un préjudice paysager important au territoire et que la simple application de la réglementation nationale (y compris celle applicable depuis le 1^{er} juillet 2012) n'est pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la commune.



Exemples de dispositifs conformes et portant atteinte au territoire

4. Orientations

Du fait de sa situation géographique et de son histoire, la commune est dotée de forts atouts en matière de paysage : vaste plaine agricole plantée de vignes et d'oliviers en bordure de la Barre du Cengle et de la Montagne Sainte-Victoire.

La municipalité s'est prononcée en faveur d'une maîtrise de l'affichage publicitaire sur son territoire et souhaite pour cela adopter un Règlement Local de Publicité (RLP) :

- d'une part, du fait de l'obligation légale liée à l'élaboration du PLU de la commune ;
- d'autre part, en raison de l'intégration de Rousset dans l'unité urbaine de Marseille – Aix-en-Provence au sens de l'INSEE qui l'expose à l'implantation de dispositifs publicitaires scellés au sol ;
- mais principalement, parce qu'elle est soucieuse de la qualité paysagère de son territoire, de garantir un cadre de vie agréable à ses habitants, des entrées de ville et des zones d'activités attractives, un centre-ville de qualité.

Aujourd'hui la réglementation nationale autorise des dispositifs qui ne sont plus adaptés aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère identifiés par la commune de Rousset.

Sur la base du diagnostic, la commune de Rousset a défini les grandes orientations et les objectifs de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure :

4.1. *Améliorer l'attractivité du territoire et le bien-être des habitants en affirmant l'identité et l'image du territoire:*

- en améliorant la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers la traversant qui constituent la première vitrine du territoire et en particulier les abords des RD7n, et CD6.



- en protégeant, voire, en mettant en valeur le patrimoine architectural du centre-ville ;
- en valorisant le patrimoine paysager par la préservation des perspectives sur les vignobles et le Cengle.



Valoriser le patrimoine architectural



Valoriser le patrimoine paysager

4.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :

- en privilégiant la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activité.



Enseignes à améliorer

4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes

- en limitant les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière

5. Objectifs

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Rousset a arrêté les objectifs permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son Règlement Local de Publicité.

5.1. Zonage : quatre niveaux de prescriptions

Quatre zones de publicité réglementées distinctes sur l'ensemble du territoire de la commune de Rousset, sont identifiées afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés :

- La zone de publicité réglementée n° 1 concerne l'ensemble des secteurs à vocation principale d'habitation et d'équipement situés en agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 2a concerne les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle situés en agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 2b concerne les zones d'activités projetées hors agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 3 concerne l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération. Elle permet de réglementer le format des enseignes des établissements isolés.

5.2. Objectifs pour les préenseignes

- Limiter les préenseignes aux seuls établissements isolés pour favoriser leur efficacité.
- En dehors du RLP, développer le jalonnement routier des zones d'activités et les relais d'information service. Ces relais sont composés de plans de ville indiquant les différents commerces
- Harmoniser l'aspect des préenseignes en imposant le format de signalisation d'information locale.



5.3. Objectifs pour les enseignes

Remarque : Pour les besoins de la démonstration, les exemples photographiques sont pris en dehors de Rousset.

Objectifs pour les enseignes du centre-ville

- Favoriser la qualité esthétique des façades d'établissements en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade.



Objectifs pour les enseignes en zones d'activité

- Favoriser la qualité esthétique des façades d'établissements en limitant le nombre et la surface des **enseignes à plat sur façade**.

Limiter la surface des enseignes sur façade en proportion de la surface de la façade d'établissement (comme le prévoit la réglementation nationale depuis le 1^{er} juillet 2012). Au-delà de la réglementation nationale, limiter le nombre d'enseignes par façade d'établissement et prescrire un seuil maximum par enseigne.



- Proscrire les **enseignes sur toiture** au profit des enseignes à plat sur façade afin de préserver les perspectives sur les paysages environnants.



- Améliorer la lisibilité des zones d'activités en limitant le nombre et la surface des **enseignes scellées au sol**.

Au-delà de la réglementation nationale qui limite le nombre des enseignes scellées au sol à 1 dispositif de plus de 1 m² par voie bordant l'activité (depuis le 1^{er} juillet 2012), prescrire des formats maximum en fonction du type de dispositif (6 m² sous forme de totem, 2 m² sous forme de mono pied...)



Enseignes de type mat porte drapeau à proscrire



Enseigne de type totem à favoriser

5.4. Objectifs publicité

- Favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre, la surface et la densité des publicités sur façade.



- Limiter fortement la publicité scellée au sol sauf pour la publicité apposée sur mobilier urbain à fonction accessoirement publicitaire de 2 m² maximum.



5.5. *Economies d'énergie*

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la Commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité extérieure :

- en restreignant les possibilités de publicité lumineuse numérique aux seuls journaux lumineux apposés sur le domaine public et en prescrivant des heures d'extinction ;
- en interdisant les dispositifs publicitaires munis d'un mécanisme d'animation ;
- en limitant les heures d'éclairage des enseignes au-delà de ce que prévoit la réglementation nationale ;
- en limitant les possibilités d'enseignes lumineuses aux seuls dispositifs à plat sur façade non animés.



Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, la commune de Rousset a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité introduit par le présent rapport de présentation.