

PROJET DE DELIBERATION DU CONSEIL METROPOLITAIN

<i>Séance du 21 octobre 2021</i>	N° 8.7 13046
<u>RAPPORTEUR</u> : Madame Anne RAMOS-MAZZUCCO - Vice-Présidente	
<u>DIRECTION</u> : Service Planification Urbaine	
<u>COMMISSION</u> : 2 - Foncier et urbanisme	
<u>OBJET</u> : REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE METROPOLITAIN RLPM - ARRET ET BILAN DE LA CONCERTATION.	

Le Conseil métropolitain,

Après audition de la commission compétente,

Vu le code général des collectivités territoriales, notamment les articles L.5217-1 et L.5217-2,

Vu le code de l'environnement et notamment ses articles L. 581-14 et suivants,

Vu le code de l'urbanisme et notamment ses articles L.153-14, L. 153-8 et suivants et R. 153-1 et suivants,

Vu le décret n° 2014-1606 du 23 décembre 2014 portant transformation de la métropole dénommée « Métropole Nice Côte d'Azur »,

Vu la délibération n° 23.1 du Conseil métropolitain du 22 mars 2019 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité métropolitain et arrêtant les modalités de concertation,

Vu la délibération n° 23.2 du Conseil métropolitain du 25 octobre 2019 de débat sur les enjeux et orientation du Règlement Local de Publicité métropolitain,

Vu la délibération n° 8.5 du Conseil métropolitain du 10 février 2021 modifiant les modalités de concertation en raison du contexte sanitaire,

Vu la conférence intercommunale qui s'est tenue le 13 mars 2019,

Vu le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal annexé,

Considérant que la Métropole est compétente pour élaborer un règlement local de publicité intercommunal, conformément à l'article L.581-14 du code de l'environnement,

Considérant qu'en application de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal est soumise aux dispositions du code de l'urbanisme régissant l'élaboration d'un plan local d'urbanisme métropolitain (PLUm),

Considérant que les principaux objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) sont les suivants :

OBJET : REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE METROPOLITAIN RLPM - ARRET ET BILAN DE LA CONCERTATION.

- Adapter la réglementation nationale aux spécificités locales,
- Construire un document réglementaire de publicité en cohérence avec le PLUm,
- Maîtriser le développement de la publicité extérieure notamment en promouvant un affichage public respectueux des paysages,
- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie en protégeant le patrimoine naturel et bâti,
- Traiter les entrées de villes, les zones commerciales et les grands axes de circulation,
- Harmoniser la réglementation locale sur le territoire tout en tenant compte des spécificités des communes,

Considérant que les objectifs de la concertation ont été de :

- Donner une information claire tout au long de la concertation,
- Permettre au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables,
- Sensibiliser la population aux enjeux et objectifs de la démarche conduite et favoriser ainsi l'appropriation du projet,
- Permettre au public de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par la Métropole en tant qu'autorité compétente,

Considérant que la concertation a été organisée de la manière suivante :

- La concertation autour du Règlement Local de Publicité métropolitain a été lancée par voie de presse dans le journal Nice Matin, et s'est déroulée en deux phases principales :
 - la « Phase 1 », relative au diagnostic du territoire et du Projet d'Orientations et d'Objectifs,
 - la « Phase 2 », relative à l'avant-projet de Règlement Local de Publicité métropolitain.

La première phase de concertation ayant donné lieu à une réunion publique le 11 octobre 2019, une exposition publique, des avis publics, relayés dans la presse locale et des publications sur le site de la Métropole,

La deuxième phase de concertation, en raison du contexte sanitaire, n'ayant pu permettre une réunion et une exposition publique, a donné lieu à des avis publics, relayés dans la presse locale et des publications sur le site de la métropole,

En outre, ces deux phases de concertations ont donné lieu à :

- Des expositions par le biais de plaquettes sur le territoire des communes concernées ;
- La mise à disposition de registres physiques sur le territoire des communes concernées dans les locaux de la Métropole pour recueillir les observations et propositions des populations ;
- La mise à disposition de registres et formulaires électroniques pour recueillir les observations et propositions des populations,

Considérant que 10 observations ont été formulées sur le site de la Métropole et qu'aucune observation n'a été formulée dans les registres de concertation,

Considérant que le bilan de la concertation clôt la phase de concertation préalable à l'arrêt du projet de Règlement Local de Publicité métropolitain,

OBJET : REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE METROPOLITAIN RLPM - ARRET ET BILAN DE LA CONCERTATION.

Considérant que le projet de Règlement Local de Publicité métropolitain, notamment pour les parties règlementaires et de zonage, a été élaboré en étroite collaboration avec les communes membres, *via* de nombreuses réunions bilatérales et ateliers spécifiques par territoire,

Considérant que le projet de Règlement Local de Publicité métropolitain proposé à l'arrêt est constitué des éléments suivants :

- Un rapport de présentation,
- Un règlement,
- Des documents graphiques,
- Des annexes,

Considérant que le projet de Règlement Local de Publicité métropolitain est composé de 7 groupes de publicité,

Il est proposé au Conseil métropolitain de bien vouloir :

1°/ - tirer le bilan de la concertation et décider de clore la concertation,

2°/ - arrêter le projet de Règlement Local de Publicité métropolitain,

3°/ - préciser que cette délibération et le dossier correspondant seront transmis pour avis aux personnes publiques associées et autres organismes devant être consultés, selon les dispositions du code de l'urbanisme.

Mesures de publicité :

Conformément aux articles R.153-3 et R.153-21 du code de l'urbanisme, la délibération fera l'objet des mesures de publicité suivantes :

- **Un affichage pendant un mois au siège de la Métropole Nice Côte d'Azur et dans les mairies des communes membres de la Métropole ;**
- **Une insertion en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département de la mention de cet affichage ;**
- **Une publication au Recueil des Actes Administratifs de la Métropole, conformément au code général des collectivités territoriales.**