



RÈGLEMENT LOCAL DE **PUBLICITÉ** INTERCOMMUNAL



Bilan de concertation

AIX-EN-PROVENCE • BEAURECUEIL • BOUC-BEL-AIR • CABRIÈS • CHÂTEAUNEUF-LE-ROUGE • COUDOUX • ÉGUILLES • FUYEAU
GARDANNE • GRÉASQUE • JOUQUES • LA ROQUE-D'ANTHÉRON • LAMBESC • LE PUY-SAINTE-RÉPARADE • LE THOLONET
LES PENNES-MIRABEAU • MEYRARGUES • MEYREUIL • MIMET • PERTUIS • PEYNIER • PEYROLLES-EN-PROVENCE • PUYLOUBIER
ROGNES • ROUSSET • SAINT-ANTONIN-SUR-BAYON • SAINT-CANNAT • SAINT-ESTÈVE-JANSON • SAINT-MARC-JAUMEGARDE
SAINT-PAUL-LÈZ-DURANCE • SIMIANE-COLLONGUE • TRETS • VAUVENARGUES • VENELLES • VENTABREN • VITROLLES

Sommaire

I.	La concertation dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité intercommunal	3
	1. L'obligation de concertation dans le cadre de l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi)	3
	2. La concertation dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Pays d'Aix.	4
II.	Présentation des actions de communication et d'information	5
	1. Un site internet dédié et une communication sur les réseaux sociaux	5
	2. Des lettres d'informations (annexes 1-2-3-4) et un dossier de présentation (annexe 5)	8
	3. Des articles de presse	11
III.	Présentation des actions de concertation	12
	1. Des outils de concertation récurrents : les réunions publiques, le registre physique	12
IV.	Résultats et synthèse de la concertation	15
	1. Résultat qualitatif	15
	2. Résultat quantitatif	15
	3. Synthèse des contributions	16
V.	Clôture du projet de bilan	18
VI.	Les annexes	19

LA CONCERTATION DANS LE CADRE D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

1 L'obligation de concertation dans le cadre de l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

Les articles du Code de l'urbanisme et de l'environnement applicables à la concertation dans le cadre des procédures d'élaboration et de révision du RLPi sont :

- **Art L. 581-14-1 du Code de l'environnement** : « Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme ».
- **Art L.103-2 du Code de l'urbanisme** : « Font l'objet d'une concertation associant, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées ... l'élaboration ou la révision du plan local d'urbanisme ».
- **Art L.103-3 du Code de l'urbanisme** : « Les objectifs poursuivis et les modalités de concertation sont précisés :
1/ L'autorité administrative compétente de l'Etat lorsque la révision du document d'urbanisme ou l'opération sont à l'initiative de l'Etat.
2/ L'organe délibérant de la collectivité ou de l'établissement public dans les autres cas ».
- **Art L.103-4 du Code de l'urbanisme** : « Les modalités de la concertation permettent pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'autorité compétente ».
- **Art L.103-6 du Code de l'urbanisme** : « A l'issue de la concertation, l'autorité mentionnée à l'article L.103-3 en arrête le bilan. Lorsque le projet fait l'objet d'une enquête publique réalisée conformément au chapitre 3 du livre 1er du Code de l'environnement, le bilan de la concertation est joint au dossier de l'enquête ».

Défini aux articles L.581-14 et suivants du Code de l'Environnement, le RLP est un outil de planification de l'affichage publicitaire. En effet, les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux circonstances locales dans un RLP (article L.581-2 du Code de l'Environnement).

Depuis la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) dite loi « Grenelle II », l'EPCI compétent en matière de PLU est également, de plein droit, compétent en matière de RLP sur son territoire. **Le RLP doit ainsi être élaboré à l'échelle intercommunale (article L.581-14 du Code de l'Environnement).**

Depuis le 1er janvier 2018, la Métropole Aix-Marseille-Provence exerce la compétence en matière de Plan Local d'Urbanisme et documents en tenant lieu et **donc la compétence en matière de Règlement Local de Publicité sur le périmètre de tous ses territoires.**



2

La concertation dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Pays d'Aix.

Dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de publicité Intercommunal (RLPi), la concertation a été organisée suivant les modalités établies par la délibération du 31 juillet 2020, en Conseil de Métropole, complétée par celle du 4 juin 2021.

Les modalités de la concertation retenus par le conseil de la Métropole Aix Marseille Provence sont les suivantes :

UN DOSSIER DE PRÉSENTATION

Un dossier de présentation du projet de RLPi, complété au fur et à mesure de l'avancement de la procédure, a été mis à disposition du public à l'Hôtel de Boadès, au siège du Territoire du Pays d'Aix ainsi que dans les 36 communes, aux jours et heures habituels d'ouverture au public.

Le contenu de ce dossier a également été mis en ligne sur le site dédié :

www.registre-numerique.fr/rlpi-ct2-concertation

DES RÉUNIONS PUBLIQUES DE PRÉSENTATION DU PROJET

Des réunions publiques de présentation du projet ont été organisées préalablement à l'arrêt du projet de RLPi. Celles-ci ont été préalablement annoncées par voie de presse et par voie d'affichage au siège du Territoire du Pays d'Aix, ainsi que dans chacune des communes du Territoire du Pays d'Aix, sur le site Internet du Territoire du Pays d'Aix et de la Métropole et sur le site dédié : www.registre-numerique.fr/rlpi-ct2-concertation

Les réunions publiques ont été organisées en présentiel et simultanément de manière dématérialisée notamment par l'intermédiaire de visioconférence.

Le public a pu s'exprimer et faire connaître ses observations tout au long de la concertation selon les modalités suivantes :

- Sur le registre papier destiné à recevoir les observations du public et mis à disposition du public l'Hôtel de Boadès, au siège du Territoire du Pays d'Aix ainsi que dans chacune des 36 communes, aux jours et heures habituels d'ouverture au public.
- Sur le registre numérique à l'adresse suivante : www.registre-numerique.fr/rlpi-ct2-concertation
- Par courrier à : à l'attention du Président du Territoire du Pays d'Aix, puis de la Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence via – Concertation sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal du Pays d'Aix- Hôtel de Boadès – CS 40 868 - 13 626 Aix-en-Provence Cedex 1, et à l'attention de Madame la Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence – Concertation sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal du Pays d'Aix - BP 48014 - 13567 MARSEILLE Cedex 02
- Par voie électronique : : à l'attention du Président du Territoire du Pays d'Aix puis de la Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence via l'adresse suivante : rlpi-ct2-concertation@mail.registre-numerique.fr

Rappel des délibérations sur le RLPi Pays d'Aix

- La délibération n°2020_CT2_064 du Conseil de Territoire du Pays d'Aix du 23 juillet 2020, portant sur les modalités de collaboration avec les communes du Territoire du Pays d'Aix
- La délibération n°URB 017-8367/20/CM du Conseil de la Métropole du 31 juillet 2020, portant sur les prescriptions et la définition des objectifs poursuivis ainsi que sur les modalités de concertation
- La délibération n°URBA 005-10141/21/CM du Conseil de la Métropole du 4 juin 2021, portant sur les compléments aux modalités de concertation, dans le cadre de la crise sanitaire liée à la COVID-19
- La délibération n°2021_CT2_597 du Conseil de Territoire du Pays d'Aix du 9 décembre 2021, relative au débat sur les orientations générales du RLPi.

Concernant la séance du 4 juin 2021, les modalités de concertation délibérées précédemment prévoyaient notamment l'organisation de réunions publiques pour présenter le projet de RLPi préalablement à l'arrêt du projet. Toutefois, la persistance (au jour de la séance) de la crise sanitaire liée à la pandémie de COVID-19 et les restrictions et interdictions de rassemblement qui ont été édictées pour combattre celle-ci sont susceptibles, si elles demeurent à l'avenir en vigueur, de faire obstacle au rassemblement physique des participants à de telles réunions.

Il est en conséquence proposé de compléter les modalités de concertation fixées par la délibération précitée de manière à prévoir que les réunions publiques qui seront organisées dans le cadre du RLPi puissent, si nécessaire, l'être de manière dématérialisée, notamment par une solution de type visioconférence.

PRÉSENTATION DES ACTIONS DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION

Pour s'informer et s'exprimer, le Pays d'Aix a mis en place un dispositif d'élaboration du RLPi ouvert et de concertation en proposant :

1 Un site internet dédié et une communication sur les réseaux sociaux

Les informations relatives au RLPi ont fait l'objet d'une publication sur le site internet du Territoire du Pays d'Aix actif jusqu'au 31 Août 2022. Elles ont également été relayées sur le site de la métropole Aix-Marseille-Provence, à la suite de la disparition des « territoires » en tant qu'entité.

Sur le site de la Métropole Aix-Marseille-Provence, une page spécifique a été créée et dédiée aux informations relatives au projet de RLPi à l'adresse suivante : <https://ampmetropole.fr/missions/amenagement-du-territoire-et-urbanisme/planification-et-urbanisme/pays-daix/rlpi>

Ces pages Internet proposaient des éléments d'information sur le projet : calendrier, modalités de concertation et d'information, actualités.

Elles ont permis d'annoncer les différents temps de concertation, ouverts au grand public.

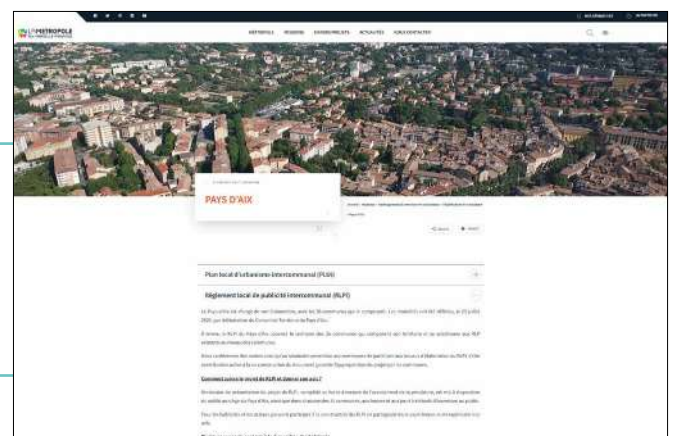
Un certain nombre de documents a été mis à disposition en téléchargement : délibération de prescription du Conseil de la Métropole, portraits de territoire, lettres de concertation, supports de présentation lors des réunions.

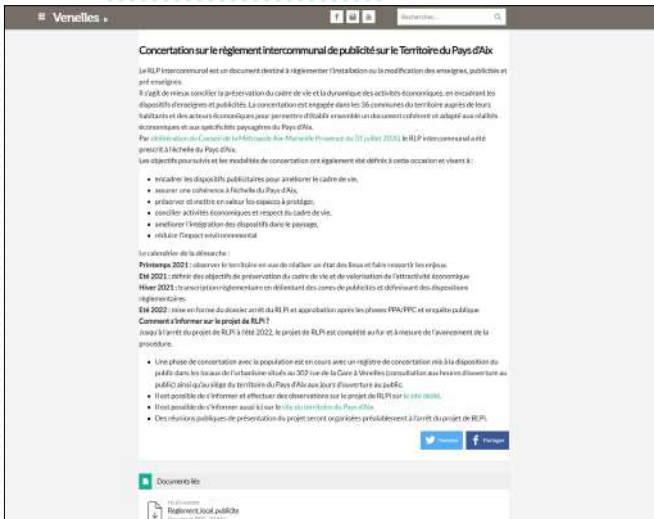
TOUTES CES INFORMATIONS ONT ÉTÉ RELAYÉES PAR LES 36 COMMUNES DU TERRITOIRE DU PAYS D'AIX, VIA LEURS SITES INTERNET



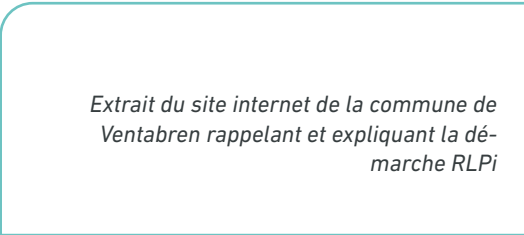
Extrait du site internet du Pays d'Aix

Extrait du site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence

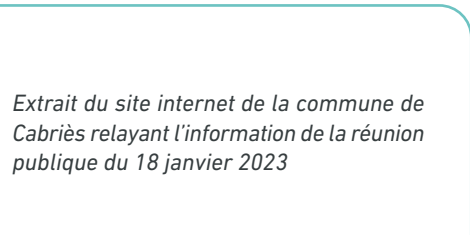
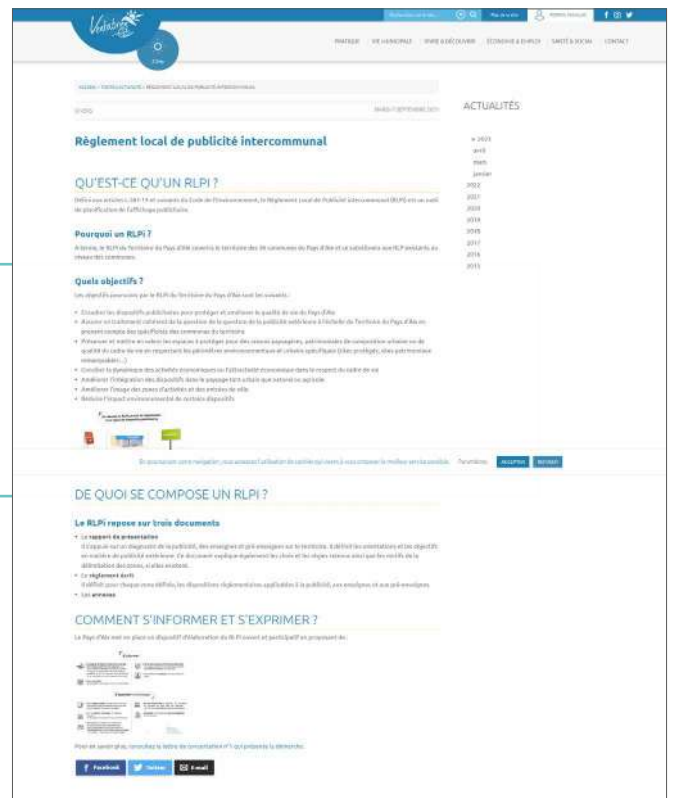




Extrait du site internet de la commune de Venelles informant le lancement de la concertation



Extrait du site internet de la commune de Ventabren rappelant et expliquant la démarche RLPI



Extrait du site internet de la commune de Cabriès relayant l'information de la réunion publique du 18 janvier 2023

CES INFORMATIONS ONT ÉTÉ REPRISÉS ÉGALEMENT SUR CERTAINS RÉSEAUX SOCIAUX FACEBOOK, TWITTER :

La page Facebook du pays d'Aix, dans un premier temps, et la page Facebook de la Métropole Aix-Marseille Provence, dans un deuxième temps :

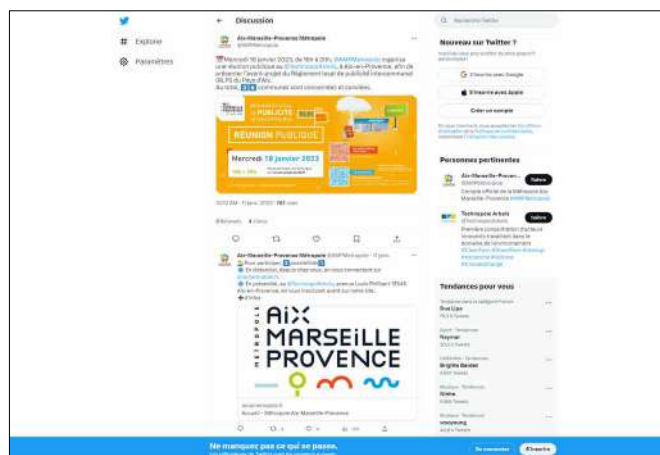


Extrait de la page Facebook du Territoire du Pays d'Aix



Extrait de la page Facebook de la Métropole Aix-Marseille-Provence

Le compte Twitter de la Métropole :



Extrait d'un post sur le compte Twitter de la Métropole Aix-Marseille-Provence

2

Des lettres d'informations (annexes 1-2-3-4) et un dossier de présentation (annexe 5)



En phase de lancement du RLPI, une première lettre a été créée expliquant la définition, les objectifs du RLPI et précisant la démarche, ainsi que son cadre législatif.

Page de garde ANNEXE 1

La deuxième lettre portait sur le diagnostic de l'affichage publicitaire et les enjeux du RLPI.

Page de garde ANNEXE 2





La lettre n°3 portait sur la présentation des orientations du RLPI.

En phase d'expression des orientations, une troisième lettre a été diffusée. Elle déclinait les 4 orientations du futur RLPI.

Page de garde ANNEXE 3

Les orientations du RLPI
du Pays d'Aix

AIX
MARSEILLE
PROVENCE



La quatrième lettre portait sur l'avant-projet réglementaire du RLP et résumait l'ensemble des lettres précédentes.

Page de garde ANNEXE 4



LA METROPOLE
AIX-MARSEILLE-PROVENCE

RÈGLEMENT LOCAL
DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL

RLPI DU
PAYS
D'AIX

LETTRE DE CONCERTATION N°4 AVRIL 2023



L'avant-projet

AIX-EN-PROVENCE • BEAURECUEIL • BOUC-BEL-AIR • CABIÈRES • CHÂTEAUNEUF-LE-ROUGE • COUDOUX • ÉGUILLES • FUYEAU
GARDANNE • GRÉASQUE • JOUGUES • LA ROQUE-D'ANTHÉRON • LAMBESC • LE PUY-SAINTE-REPARADE • LE THOLONET
LES PENNES-MIRABEAU-MEYRARGUES-MEYREUIL-NIMET-PERTUIS-PEIGNIER-PEYROLLES-EN-PROVENCE-PUYLOUBIER
ROGNES • ROUSSET • SAINT-ANTONIN-SUR-BAYON • SAINT-CANNAT • SAINT-ESTÈVE-JANSON • SAINT-MARC-JAUMEGARDE
SAINT-PAUL-LÈZ-DURANCE • SIMIANE-COLLONGUE • TRETIS • VAUVENARGUES • VENELLES • VENTABREN • VITROLLES



RÈGLEMENT LOCAL
DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL



PORTRAIT DE TERRITOIRE ET ORIENTATIONS DU RLPi

Avril 2022



Le dossier de présentation du projet de RLPi a été complété au fur et à mesure de l'avancement de la concertation. Il intègre : le portrait de territoire, dresse le diagnostic et les enjeux du territoire, rappelle le contexte réglementaire national et local, et présente les orientations.

Page de garde ANNEXE 5



PRÉSENTATION DES ACTIONS DE CONCERTATION

La concertation et les réflexions relatives au RLPI ont été menées sur le Territoire du Pays d'Aix dans le cadre d'une élaboration partagée associant les citoyen.ne.s et les acteurs économiques des 36 communes du Pays d'Aix, mais également toutes les personnes concernées par la démarche comme les représentants socio-professionnels de la publicité, des enseignants, des commerçants, des associations agréées de protection de l'environnement...

1 Des outils de concertation récurrents : les réunions publiques, le registre physique

Les réunions publiques

Dans le cadre de l'élaboration du RLPI, deux réunions publiques ont été organisées : une première réunion publique visant à présenter la démarche d'élaboration du RLPI, et une deuxième pour présenter un état d'avancement du projet de zonage et de règlement :

- 24 février 2022 au Technopôle de l'Arbois : « Le diagnostic et les orientations »
- 18 janvier 2023 au Technopôle de l'Arbois : « échanges sur l'avant-projet »

Ces réunions publiques s'adressaient aussi bien aux citoyen.ne.s qu'aux associations et acteurs du territoire. Elles avaient pour objectif de présenter les grands éléments de diagnostic du territoire en termes d'affichage publicitaire, d'enseignes et de pré-enseignes, et d'expliquer les orientations politiques ainsi que les principes de leur traduction réglementaire. Ces réunions publiques se sont tenues à la fois en présentiel et en distanciel (en visioconférence), compte tenu du contexte lié au COVID.

Jean-David CIOT, Conseiller métropolitain délégué a présidé ces réunions qui ont été animées par les services compétents de la Métropole ainsi que le bureau d'études en charge du RLPI.

Chaque présentation était appuyée d'un support PowerPoint. Ces supports ont été rendus disponibles en téléchargement sur le site de la Métropole et sur le registre dématérialisé, après les réunions publiques.

Chaque réunion publique a été préalablement annoncée par voie de presse et par voie d'affichage au siège du Territoire du Pays d'Aix, ainsi que dans chacune des communes du Territoire du Pays d'Aix, sur le site Internet du Territoire du Pays d'Aix et sur le site dédié www.registre-numerique.fr/rlpi-ct2-concertation.



Les réunions ont été annoncées à l'aide d'affiches déposées dans chaque mairie et de communiqués de presse et sur les réseaux sociaux.



Mise à disposition d'un dossier de concertation « boîte de concertation », les registres papiers et numériques, les observations écrites par courriers et courriels

Afin de tenir informés les citoyens et usagers du territoire de façon régulière, un dossier de consultation a été mis à disposition à l'Hôtel de Boadès, siège du Territoire du Pays d'Aix, et dans chacune des mairies des 36 communes concernées.

Dans le dossier de concertation mis à disposition du public, les documents suivants ont figuré tout le long de la démarche à savoir :

- Le registre
- Les délibérations
- Les lettres d'information
- Le portrait du territoire
- Les documents supports présentés lors des réunions publiques



Photo d'un dossier de concertation déposé en commune

LE REGISTRE PAPIER ET LE REGISTRE DÉMATÉRIALISÉ, LES COURRIERS ET LES COURRIELS :

Comme prévu dans la délibération relative aux modalités de concertation, les outils d'expression à disposition de la population ont été :

- les observations écrites adressées par courrier ou par courriel
- le registre papier
- le registre numérique en ligne à compter du 2 décembre 2020 et consultable à l'adresse suivante jusqu'à la fin de la démarche de concertation qui a eu lieu le 15 Mai 2023 : <https://registre-numerique.fr/RLPi-ct2-concertation>

Le registre papier mis à disposition pour recueillir les contributions écrites :



Photo du registre papier mis à disposition en mairie

Le registre numérique en ligne pour recueillir les contributions adressées sur le registre ou par courriel :



Extrait de contributions déposées sur le registre numérique

Afin d'assurer un suivi permanent et continu du processus de concertation 37 boîtes de concertation pour le RLPi du Pays d'Aix, soit 37 registres de concertation, ont été mises à disposition.

Le registre dématérialisé : cette page proposait de l'information sur le projet de RLPi (calendrier, contenu, étapes, modalités de concertation et d'information...) et rassemblait les pièces constitutives du projet de RLPi, les informations mises à jour, les contributions du public.

Ce registre dématérialisé de la concertation était consultable sous le lien :

<https://www.registre-numerique.fr/concertation-RLPi-paysdaix>



Extrait du site internet du registre numérique du RLPi du Pays d'Aix

REGISTRE NUMERIQUE
AU SERVICE DE LA PARTICIPATION DÉMATÉRIALISÉE

Le dossier Consulter les contributions Déposer votre contribution

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL DU PAYS D'AIX

OUVERT LE 02/12/2020 À 16 HEURES. CE REGISTRE EST PROLONGÉ JUSQU'AU 18/05/2023 À 16 HEURES

LE PROJET

[Retour à l'accueil](#)

DOSSIER Tout déployer Tout fermer

PIECES ADMINISTRATIVES ✓

DELIBERATION - ARRÊT DES MODALITES DE COLLABORATION AVEC LES COMMUNES DU PAYS D'AIX	2.92 Mo	Q	↓
DELIBERATION - PRESCRIPTION ET DEFINITION DES OBJECTIFS POURSUIVIS ET DES MODALITES DE CONCERTATION	136.89 Ko	Q	↓
DELIBERATION - COMPLEMENTS AUX MODALITES DE CONCERTATION - COVID	88.78 Ko	Q	↓
DELIBERATION - DEBAT SUR LES ORIENTATIONS GENERALES DU RLPi	3.99 Mo	Q	↓

REGISTRE NUMERIQUE
AU SERVICE DE LA PARTICIPATION DÉMATÉRIALISÉE

Le dossier Consulter les contributions Déposer votre contribution

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL DU PAYS D'AIX

OUVERT LE 02/12/2020 À 16 HEURES. CE REGISTRE EST PROLONGÉ JUSQU'AU 18/05/2023 À 16 HEURES

LE PROJET

[Retour à l'accueil](#)

DOSSIER Tout déployer Tout fermer

PIECES ADMINISTRATIVES ↑

DOSSIER DE PRESENTATION DU PROJET DE RLPi ✓

POURTRAIT_TERRITOIRE_MISE_A_JOUR_AVRIL_2022	33.38 Mo	Q	↓
REUNION PUBLIQUE DU 24/02/2022 - PRESENTATION	0.51 Mo	Q	↓
REUNION PUBLIQUE DU 18/01/2023 - PRESENTATION	4.38 Mo	Q	↓
LETTRE D'INFORMATIONS N°1	1.12 Mo	Q	↓
LETTRE D'INFORMATIONS N°2	37.38 Mo	Q	↓
LETTRE D'INFORMATIONS N°3	1.12 Mo	Q	↓
LETTRE D'INFORMATION N°4	2.07 Mo	Q	↓

Extrait du site internet du registre numérique du RLPi du Pays d'Aix avec le dossier complet



1 Résultat qualitatif

Le bilan quantitatif fait une synthèse de l'ensemble des remarques et contributions émises tout au long de la démarche de concertation.

Les éléments exprimés au cours de cette concertation permettent de dégager quelques grandes thématiques :

- Respect du cadre de vie
- Des propositions de règles concernant la typologie, le format etc...
- L'environnement, le patrimoine, l'écologie
- Aspects économiques et sociaux

Les avis exprimés mettent en exergue le souhait d'un projet respectueux du cadre de vie, des caractéristiques patrimoniales et des contraintes d'activités économiques. Habitants, associations, professionnels de l'affichage et personnes publiques associées ont été conviés à des temps de concertation et les documents ont évolué en fonction de ces échanges.



2 Résultat quantitatif

Lors des réunions publiques, près de 70 personnes se sont mobilisées dans le cadre de la concertation (annexes 11-12) :

- Première réunion publique : 12 inscrits et présents et 25 en distanciel
- Deuxième réunion publique : 18 inscrits et présents et 15 en distanciel

Concernant le registre numérique, on dénombre au 15 mai 2023 :

- 1307 visualisations de documents
- 1000 téléchargements
- 63 observations déposées (50 publiées et 13 non publiées)
- 690 Visites

Sur l'ensemble des 50 contributions publiées, 21 ont été dépo-

sées sous forme de courriels et 29 sur le registre numérique concernant le RLPI.

Toutes les autres contributions, sont des hors sujet, des erreurs de registre, du démarchage ou des SPAM.

1 contribution écrite a été déposée sur le registre papier de la commune de Peynier.

Parmi les 50 contributions du registre dématérialisé, la plupart a été déposée par des particuliers, et d'autres par des représentants de profession ou d'association : Paysages de France, Union de la Publicité Extérieure, associations ou comités d'intérêt de quartier (ADHQ Lignane, Facultés Aix, Pignonnet Beauvalle...)

Ces demandes ont été analysées et ont participé à l'élaboration du RLPI, comme synthétisé ci-après.

3 Synthèse des contributions

Les principales remarques et attentes émises lors de la démarche de concertation peuvent être synthétisées selon diverses thématiques.

Contributions relatives à la thématique « Amélioration du cadre de vie et des paysages »

Sur la thématique de l'amélioration du cadre de vie et des paysages, un certain nombre de contributions reconnaissent l'utilité d'établir un règlement de publicité. Il est rappelé notamment que le paysage est

une « composante majeure du patrimoine commun de la nation » et que pour les élus territoriaux, le RLPI dépasse la seule question du paysage urbain et du cadre de vie pour englober des enjeux sociétaux

et environnementaux. Il s'agit notamment de faire valoir un principe d'équité de traitement du cadre de vie pour tous les quartiers afin d'éviter « la France moche » de certaines périphéries.

Il est notamment constaté que des dispositifs publicitaires sur des propriétés privées portent atteinte au caractère patrimonial de cœur de village et des villes (Peynier/Gardanne). Ils représentent une nuisance visuelle qui va à l'encontre de l'embellissement des communes. Un constat également partagé concernant les dispositifs publicitaires sur l'espace public et notamment à Aix-en-Provence. Des contributions déplorent un espace public trop fortement marchandisé où la pression publicitaire est devenue trop dense et gâche le plaisir de s'y promener. D'un point de vue esthétique, les écrans publicitaires produisent des couleurs criardes qui peuvent gêner la vue et engendrer une pollution visuelle. Elles estiment que les publicités constituent des incitations constantes à la consommation et des agressions visuelles subies au quotidien.

En matière de cadre de vie, la multiplication des dispositifs est perçue comme un facteur accidentogène, que ce soit pour les automobilistes perturbés ou gênés par les publicités aux abords des routes ou que ce soit les piétons entravés dans leur mobilité sur les trottoirs par des enseignes apposées au sol. Une observation préconise en ce sens, dans les zones de centre-ville et dans les zones résidentielles (ZP1 et ZP2), de proscrire tout masque publicitaire aux abords des passages piétons et des intersections pour la sécurité routière et les personnes à mobilité réduite et d'instaurer une distance de 100 mètres minimum entre panneaux publicitaires.

La majorité des contributions propose de réduire la densité et le format des dispositifs, certaines contributions préconisent de faire disparaître la publicité des rues en citant l'exemple de Grenoble et ce malgré les revenus qu'elles génèrent pour les villes.

Quelques contributions proposent notamment d'interdire les panneaux publicitaires lumineux publics ou privés et a minima d'éteindre les panneaux existants la nuit comme la loi l'impose.

D'autres contributions préconisent de limiter le nombre et la taille des panneaux de publicité non lumineux dans les villes, voire de les interdire notamment sur certaines entrées de ville (comme Lignane-Celony, Pont des trois Sautet à Aix-en-Provence, ou à Gardanne...) et à l'approche des centres-villes dans les quartiers résidentiels de leur périphérie (Quartier des facultés, de Beauville-Pignonnet à Aix-en-Provence). Un exemple est donné sur l'entrée de ville d'Aix-en-Provence en venant du Tholonet où de nombreux panneaux publicitaires accueillent les visiteurs et où il est demandé de bannir ce genre de pollution visuelle et d'avoir un traitement cohérent entre deux communes limitrophes.

L'une des contributions suggère également une interdiction générale de la publicité à proximité des sites naturels ou patrimoniaux remarquables.

Concernant les enseignes, une contribution propose par ailleurs dans les zones d'activités d'imposer et de faire respecter un style et des formats permettant d'embellir ces espaces souvent très peu qualitatifs.

Une contribution signale enfin que l'impact visuel de la publicité est trop souvent confondu avec les enseignes et la publicité sauvage. Cette confusion visuelle impacte fortement la perception et la notoriété de ce média. Une autre contribution souligne en ce sens que sur certains axes ou croisements, viennent s'ajouter à ces publicités les feux, les supports de signalisation routière et directionnelle, en augmentant la confusion visuelle.

Contributions relatives à la thématique « Réglementaire »

Concernant la thématique réglementaire, un certain nombre de contributions se rejoignent pour dire qu'il s'agit de se donner les moyens de faire respecter la réglementation nationale ou locale sur les publicités, pré-enseignes et enseignes. Sont cités en exemple le respect des règles d'extinction des enseignes lumineuses, celles des hauteurs et tailles des enseignes ou bien encore d'enlèvement des enseignes après cessation de l'activité.

Avant même d'édicter de nouvelles règles avec le futur RLPi, il s'agirait de faire respecter et d'appliquer déjà la règle existante pour que les panneaux illégaux soient supprimés. De nombreux dispositifs sont déjà installés en violation du code de l'environnement ou des RLP communaux en vigueur lorsqu'ils existent.

En ce sens, une contribution suggère de créer une brigade métropolitaine pour faire respecter les règles existantes et à venir. Une autre propose que les particuliers aient besoin d'obtenir l'approbation de la Métropole pour louer leur terrain aux publicitaires.

Une contribution propose des mesures minimales à prendre dans le cadre de l'élaboration d'un RLPi compatibles avec une protection acceptable de l'environnement. Ces mesures s'articulent selon trois idées visant à améliorer la qualité du paysage urbain et du cadre de vie, établir un règlement simple et facile à mettre en œuvre, et limiter le nombre de zones à 4 maximum.

Deux contributions suggèrent à contrario que le futur RLPi ne prévoit pas de restrictions en matière de surface de publicité sur le mobilier urbain et/ou d'exploitation. Le Règlement National de publicité règlemente déjà le format de publicité sur ce type de mobilier et par ailleurs les collectivités maîtrisent les installations de mobilier urbain grâce au contrat public qui détermine les conditions d'implantation et d'exploitation de celui-ci. Contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation de mobiliers urbains numériques relève d'autorisations et de déclarations préalables délivrées par la collectivité et sollicitant le cas échéant l'intervention de l'Architecte des Bâtiments de France. Ces contributions soulignent également que la communication extérieure trouve son intérêt dans la lisibilité du message et que, pour ce faire, les formats d'affichage standards existants doivent être maintenus. Elles rappellent le fait que le mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire », il apporte des services aux usagers et n'est support de publicité qu'à « titre accessoire ». Il doit donc être traité de manière spécifique dans le règlement du RLPi. Ces contributions préconisent ainsi de supprimer toutes contraintes, comme par exemple des règles d'interdistance ou d'extinction nocturne, à l'égard du mobilier urbain publicitaire sur l'ensemble du territoire, même dans le Parc Naturel Régional du Luberon.

Contributions relatives à la thématique « Environnement/Ecologie »

Plusieurs contributions soulignent le fait que la modernisation récente des dispositifs de publicité dans plusieurs villes du Pays d'Aix s'est traduite par une forte augmentation du nombre de dispositifs publicitaires lumineux numériques. Ces dispositifs sont décrits comme trop énergivores, avec comme exemple donné d'un écran numérique de type abribus consommant plus de 4.000 kWh par an, 2 fois plus qu'un logement de 30 m². Leur coût environnemental de fabrication et de recyclage sont également problématiques.

La diminution de l'impact environnemental lié à l'entretien des affiches papiers via l'installation d'écrans numériques ne se justifie pas d'un point de vue écologique, notamment avec des abribus aux coûts de production et de gestion très impactant. L'incitation perpétuelle à la consommation et au gaspillage est devenue l'une des causes majeures de la crise écologique planétaire.

Plusieurs observations relèvent par ailleurs le fait que ces écrans numériques lumineux aggravent la pollution du ciel la nuit, soulignant également qu'il y a encore beaucoup trop de dispositifs en infraction des règles d'extinction nocturne. Par ailleurs une observation suggère une plage d'extinction nocturne cohérente avec les règles existantes sur le territoire voisin de Marseille Provence. Sur ce point, une observation rappelle qu'un récent décret exempté d'extinction nocturne le mobilier affecté aux services de transports durant les heures de fonctionnement de celui-ci.

Une de ces observations préconise l'interdiction de publicité sur écran numérique, mobilier urbain compris et a minima de restreindre la publicité aux seuls dispositifs d'abribus.

Une seconde recommande l'interdiction de publicités lumineuses notamment dans les centres-villes ou tout du moins une utilisation limitée dans le temps.

Des observations indiquent que du point de vue environnemental, les entreprises de la communication extérieure se sont engagées dans la transition écologique depuis plusieurs années en se fixant de réduire leurs émissions de CO₂ de moitié à l'horizon 2030. Elles préconisent que le RLPi tienne compte des nouveaux outils de communication dont la publicité numérique qui ne représente à ce jour que 4% des dispositifs existants et une portion très faible de la consommation énergétique de la France. A ce titre l'intention du projet RLPi d'interdire la publicité numérique dans quasiment toutes les zones pourrait limiter à terme les possibilités d'exploitation du mobilier urbain et restreindre les services offerts aux collectivités. Ces observations indiquent que le mobilier urbain numérique, levier majeur de croissance et d'innovation pour le secteur d'activité de la communication, devrait être au contraire autorisé sur l'ensemble du territoire.

Contributions « divers »

Quelques contributions interrogent de manière connexe sur la caducité du RLP d'Aix-en-Provence et du report de celle-ci deux ans après la prescription du RLPi ou bien sur les règles applicables existantes dans le cadre d'une demande d'enseigne ou d'installation d'un panneau publicitaire ou encore pour pouvoir consulter le projet de RLPi.

Une contribution concerne le PLUi du Pays d'Aix.

Contributions relatives à la thématique « Economique et sociale »

Une observation indique que le projet de RLPi se doit de concilier de façon optimale les objectifs de protection du cadre de vie et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. La communication extérieure est un contributeur local au dynamisme économique et social des territoires qui génère des emplois locaux et des retombées fiscales directes au niveau local à la différence de la communication publicitaire sur internet. L'affichage est dans la métropole un appui important pour les entreprises du secteur du tourisme et du loisir. Il est le premier média sollicité devant la presse.

Cette observation souligne par ailleurs que l'audience est un enjeu fondamental qui nécessite d'être bien présent dans les secteurs et les axes où se concentrent les populations. Elle propose un zonage lisible et ajusté associé à des règles de densité adaptées, notamment sur les axes structurants et les zones d'activités économiques.

Des observations regrettent que les écrans numériques prennent de plus en plus de place dans la vie quotidienne en s'installant dans les rues et les espaces publics en plus de ceux des téléphones et des ordinateurs. Installés notamment dans les abribus, ces dispositifs transforment les villes en magazine de publicité en imposant une pression commerciale sur les usagers. Une observation souligne que l'aménagement des trottoirs ne peut se justifier par le mode de financement du mobilier urbain en général, et des abribus en particulier. Il convient que sur les lieux relevant directement de leur responsabilité, les collectivités se montrent exemplaires.

Par certains endroits, notamment aux abords des ronds-points des grandes villes comme Aix-en-Provence, la concentration de dispositifs s'apparente à du matraquage auquel il est impossible d'échapper. Des observations suggèrent de normaliser également le contenu des messages publicitaires notamment aux abords des écoles et des collèges. D'autres contributions estiment par ailleurs que l'affichage publicitaire est une menace pour les petits commerces car ils servent le plus souvent la grande distribution.

Deux observations enfin demandent à ce que le RLPi ne soit pas un outil taillé sur mesure pour les afficheurs. Les élus doivent gérer l'espace public sans se laisser influencer par les besoins de cette activité économique. Le diagnostic et les orientations étant bien exprimées et partagées, le RLPi devra tenir ses promesses et donner aux élus les moyens d'assurer la bonne application des mesures adoptées.

CLÔTURE DU PROJET DE BILAN

La concertation a été menée pendant toute la durée d'élaboration du projet de RLPI. A l'issue de cette phase, le présent bilan de la concertation a été réalisé présentant notamment une synthèse de l'ensemble des contributions. Ce bilan est présenté pour approbation au Conseil de Métropole du 29 Juin 2023.

Les moyens de concertation et d'information déclinés ont permis d'informer régulièrement les habitants et les acteurs du territoire, et ont garanti la transparence de la démarche. L'implication des citoyens, des associations, des acteurs du territoire notamment,

à travers ces différents moyens de concertation a permis de recueillir de nombreux avis et remarques qui ont été étudiées et ont pu contribuer à l'élaboration du projet de RLPI.

Les avis exprimés mettent en exergue le souhait que les prescriptions à l'égard de la publicité et des enseignes permettent de garantir la qualité du cadre de vie et des caractéristiques patrimoniales, d'embellir le paysage urbain, historique ou résidentiel, naturel ou agricole, de réduire leur impact environnemental tout en conciliant la dynamique des activités économiques du territoire.



Il convient alors d'arrêter le bilan de la concertation le 29 Juin 2023, préalablement à l'arrêt du projet de RLPI.



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Les annexes

I. Lettre de concertation n°1 - Présentation de la démarche	20
II. Lettre de concertation n°2 - Diagnostic et enjeux en Pays d'Aix	21
III. Lettre de concertation n°3 - Les orientations du RLPI du Pays d'Aix	22
IV. Lettre de concertation n°4 - L'avant-projet	23
V. Portrait de territoire et orientation du RLPI - Page de garde	24
VI Presse - La Provence Pays d'Aix	25
VII. Presse - La Provence Marseille	26
VIII. Presse - La Provence Côte bleue	27
IX. Presse - La Provence Sud-Vaucluse	28
X. Réunion Publique - Visioconférence	29
XI. Réunion Publique - Visioconférence 2	30



I. LETTRE DE CONCERTATION N°1 - PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE

DU **RLPI** PAYS D'AIX

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Lettre de concertation n°1

Présentation de la démarche

Pour mieux concilier la préservation du cadre de vie et la dynamique des activités économiques, le Pays d'Aix s'engage aujourd'hui dans l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) qui permet d'encadrer les dispositifs publicitaires. La concertation est engagée dans les 36 communes du Pays d'Aix, auprès de leurs habitants et des acteurs économiques pour permettre d'établir ensemble un document cohérent et adapté aux réalités économiques et aux spécificités paysagères du Pays d'Aix.

QU'EST CE QU'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ ?

Le RLPI est un document destiné à adapter la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes en fonction des spécificités et des enjeux du Pays d'Aix.

Le Règlement Local de Publicité réglemente 3 types de dispositifs :

- Les enseignes, constituées des inscriptions, des formes ou des images, qui sont apposées sur un terrain ou un bâtiment ou s'exercent une activité (commerciale ou non) et qui sont en relation avec cette activité ;
- Les pré-enseignes, qui correspondent aux inscriptions, formes ou images qui indiquent la proximité d'un lieu ;
- Les publicités qui, dès lors qu'il ne s'agit ni d'enseignes, ni de pré-enseignes, sont constituées d'inscriptions, de formes ou d'images qui sont destinées, soit à informer le public, soit à attirer son attention.

Sur un terrain ou bâtiment où s'exerce une activité, la loi soumet les pré-enseignes en agglomération aux mêmes règles que les publicités.

LES OBJECTIFS DU RLPI

Par délibération du Conseil de la Métropole Aix-Marseille Provence du 31 juillet 2020, le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) a été prescrit à l'échelle du Pays d'Aix. Les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ont également été définis à cette occasion.

L'élaboration du RLPI vise plusieurs objectifs :

- Encadrer les dispositifs publicitaires pour protéger et améliorer la qualité du cadre de vie du Pays d'Aix ;
- Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle du Pays d'Aix ;
- Préserver et mettre en valeur les espaces à protéger pour des raisons paysagères, patrimoniales, de composition urbaine ou de qualité du cadre de vie ;
- Concilier la dynamique des activités économiques et l'attractivité économique avec le respect du cadre de vie ;
- Améliorer l'intégration des dispositifs dans le paysage tant urbain que naturel ou agricole ;
- Améliorer l'image des zones d'activités et des entrées de ville ;
- Réduire l'impact environnemental de certains dispositifs.

En résumé, le RLPI permet de réglementer trois types de dispositifs publicitaires

Une pré-enseigne

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerçant une activité déterminée.

Une enseigne

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Une publicité

Tout autre dispositif faisant la promotion d'un produit ou d'une activité déterminée.

LE CALENDRIER ET LES QUATRE ÉTAPES DE LA DÉMARCHE

Lancement du RLPI

PRINTEMPS 2021

ÉTÉ 2021

HIVER 2021

Approbation du RLPI

ÉTÉ 2022

OBSERVER LE TERRITOIRE

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

DÉFINIR DES OBJECTIFS

De préservation du patrimoine et du cadre de vie

TRANSCRIPTION RÉGLEMENTAIRE

Délimitation des zones de publicités et dispositions réglementaires

ARRÊT ET APPROBATION

Mise en forme du document d'arrêté du RLPI

II. LETTRE DE CONCERTATION N°2 - DIAGNOSTIC ET ENJEUX EN PAYS D'AIX

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

LETTRE DE CONCERTATION

N°2

MARS 2022

Publicités et enseignes :

diagnostic et enjeux en Pays d'Aix

QU'EST-CE QU'UN RLPI ?

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est un document qui édicte des prescriptions à l'égard de la publicité, des enseignes et pré-enseignes.

Ces règles, plus restrictives que le règlement national édicté par le Code de l'Environnement, peuvent être générales ou spécifiques à des zones spécifiques. Le RLPI est donc un document destiné à adapter la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes au contexte local en fonction des enjeux spécifiques du Pays d'Aix. Cette démarche s'inscrit notamment dans un souci de la part des élus de Pays d'Aix d'atteindre plusieurs objectifs :

- assurer un traitement qualitatif des espaces publics ;
- préserver et mettre en valeur les espaces à forte valeur paysagère et patrimoniale ;
- mieux concilier la dynamique des activités économiques avec le respect du cadre de vie des habitants du Pays d'Aix.

Le diagnostic réalisé sur l'ensemble du Pays d'Aix a permis de mettre en évidence l'impact paysager des différents dispositifs de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes et de faire émerger des enjeux.

A noter

C'est par la délibération n°URBA 017-0367/20/CM du 23 juillet 2020, que la Métropole Aix-Marseille-Provence a engagé l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) sur le territoire du Pays d'Aix.

Téléchargez le portrait du territoire sur le site internet www.aiglo-paysd Aix.fr

ÉTAT DES LIEUX DE L'AFFICHAGE EN PAYS D'AIX

État des lieux de l'affichage publicitaire

Plus de 2500 supports publicitaires et préenseignes ont été inventoriés sur les principaux axes routiers du territoire du Pays d'Aix, représentant une surface cumulée de 18 300 m² d'affiches pour environ 700 établissements représentés. 80% des dispositifs sont aujourd'hui solides ou apposés au sol ; 20% ont un format supérieur ou égal à BxH¹.

Sur la carte ci-contre, les taches rouges les plus foncées représentent les secteurs où se concentrent le plus de dispositifs publicitaires et préenseignes de grande dimension.

1 Des secteurs relativement bien préservés de l'affichage publicitaire et des préenseignes

Ces secteurs sont préservés soit au regard des usages existants, soit au regard des règles applicables dans les RLPI en vigueur. Ils concernent essentiellement des communes dans leur ensemble ou certaines agglomérations, notamment les villages situés au cœur du Grand Site Camargue-Sainte Victoire et les centres-villes, centres-villages. On est ici sur des secteurs où l'affichage publicitaire et les préenseignes sont absents ou peu nombreux et généralement de format réduit (1 à 2 m²). Bien que relativement bien préservés aujourd'hui, certains secteurs présentant des enjeux paysagers et/ou patrimoniaux doivent faire l'objet d'une attention particulière au regard des possibilités d'affichage publicitaire existantes aujourd'hui.

RLPI MODE D'EMPLOI

1/ Lorsque le RLPI sera approuvé c'est le Maire de chaque commune qui détiendra le pouvoir de police administrative. Actuellement localement 17 communes ont déjà un règlement local de publicité. Sans RLPI, c'est le Préfet qui détiend le pouvoir de police sur ce type de règles nationale qui s'applique.

2/ Lorsque le RLPI sera approuvé, le délai de mise en conformité avec les nouvelles règles sera de 2 ans pour les publicités et de 6 ans pour les enseignes. Les règles du RLPI s'appliqueront en effet aussi bien aux dispositifs existants qu'aux futures demandes.

III. LETTRE DE CONCERTATION N°3 - LES ORIENTATIONS DU RLPI DU PAYS D'AIX



LE RLPI : UN CADRE RÉGLEMENTAIRE POUR L'AFFICHAGE PUBLICITAIRE ET LES ENSEIGNES

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est un document qui édicte des prescriptions à l'égard de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur l'ensemble des 36 communes du Pays d'Aix. Le RLPI est donc un document destiné à adapter la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes au contexte local en fonction des enjeux spécifiques du Pays d'Aix.

Cette démarche s'inscrit notamment dans un souci de la part des élus du Pays d'Aix d'améliorer l'intégration des dispositifs dans le paysage urbain, naturel ou agricole, d'assurer un traitement qualitatif des espaces publics, de préserver et mettre en valeur les espaces à fortes valeurs paysagères et de patrimoine avec l'idée au final de mieux concilier la dynamique des activités économiques avec le respect du cadre de vie des habitants du Pays d'Aix.

Le diagnostic réalisé sur l'ensemble du Pays d'Aix a permis de mettre en évidence l'impact paysager des différents dispositifs de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, de faire émerger des enjeux et d'élaborer les grandes orientations du RLPI.

LES ORIENTATIONS

N°1

Valoriser les paysages urbains, la qualité du cadre de vie quotidien qui fait l'attractivité résidentielle du Pays d'Aix

- Réduire de façon globale l'emprise de l'affichage publicitaire sur le territoire, en encadrant la densité et en réduisant, dans la majorité des secteurs, les formats d'affichage autorisés.
- Adapter les supports et le format des publicités et pré-enseignes à la réalité urbaine du Pays d'Aix, c'est-à-dire aux différents profils de communes présents sur le territoire : aller vers un gradient entre noyaux villageois, centralisés et pôles urbains, et tissu urbain (zone résidentielle, zone économique...)
- Améliorer l'intégration urbaine des enseignes : encadrer leur nombre, format et qualité.
- Limiter la pollution lumineuse et les consommations d'énergie en définissant une plage d'extinction nocturne adaptée et en encadrant les dispositifs numériques et l'affichage lumineux.

N°2

Valoriser l'image du Pays d'Aix par la qualité de ses entrées de ville et de territoire

- Réduire l'emprise de l'affichage sur les entrées de ville et traversées urbaines majeures du territoire, en travaillant sur le format et la densité.
- Limiter le développement de l'affichage sur la gare TGV de Marseille et l'entrée de l'aéroport Marseille-Provence, en limitant notamment le développement des dispositifs de très grands formats.

PUBLICITÉ, PRÉ-ENSEIGNE, ENSEIGNES : RAPPEL DES ENJEUX EN MATIÈRE DE PAYSAGE ET DE PATRIMOINE

<p>1/1 Enjeu de « qualité de vie » et d'intégration urbaine des dispositifs dans les paysages du « quotidien » pour maintenir l'attractivité résidentielle du territoire et des communes, que ce soit au cœur des villages, quartiers, des zones commerciales comme sur les axes de transit quotidiens, avec une dimension d'ordre environnemental liée à la réduction des consommations d'énergie.</p> <p>2/1 Enjeu de « qualité de vues » sur le paysage typique et en particulier les vues emblématiques du territoire, les silhouettes villageoises et certains signes paysagers (patrimoine bâti, routes balnéaires, routes pittoresques...).</p> <p>3/1 Enjeu d'image des sites remarquables et de visibilité du patrimoine architectural et paysager en particulier sur les secteurs du Grand site Concorde-Sainte Victoire, du Parc naturel régional du Luberon, du littoral de l'Étang de Berre et des sites patrimoniaux remarquables et autres centres historiques.</p>	<p>4/1 Enjeu d'image du Pays d'Aix sur les entrées du territoire et les entrées de ville, « vitrines » qui jouent un rôle sur son attractivité touristique et résidentielle. Une attention est à porter en particulier sur les entrées de villes, sorties d'autoroutes et de voie express, pénétrantes vers les zones historiques, la gare TGV de l'Aéroport et l'aéroport Marseille-Provence....</p> <p>5/1 Enjeu de visibilité des établissements pour se signaler (enseignes), en particulier pour ceux situés en entrée des principaux axes routiers.</p> <p>6/1 Enjeu de lisibilité des messages publicitaires, des enseignes et devantures dans les zones commerciales, où se concentrent publicités, pré-enseignes et enseignes.</p> <p>7/1 Enjeu d'information avec la présence de supports d'information culturelle/municipale, notamment dans les centres-villages et les centres-villes.</p>
---	---

Calendrier de la démarche

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

1. RELEVÉ LE TERRITOIRE

2. FINIR LES OBJECTIFS

3. TRAVAILLER LE RÈGLEMENT

4. ADOPTER LE RÈGLEMENT

5. METTRE EN ŒUVRE LE RÈGLEMENT

6. ÉVALUER LE RÈGLEMENT

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

IV. LETTRE DE CONCERTATION N°4 - L'AVANT-PROJET



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RLPI

DU

PAYS D'AIX

LETTRE DE CONCERTATION

N°4

AVRIL 2023



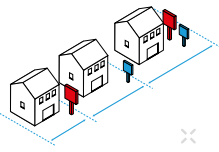
L'avant-projet

AIX-EN-PROVENCE · BEAURECUEIL · BOUC-BEL-AIR · CABRIÈS · CHÂTEAUNEUF-LE-ROUGE · COUDOUX · ÉGUILLES · FUYEAU GARDANNE · GRÉASQUE · JOUQUES · LA ROQUE-D'ANTHÉRON · LAMBESC · LE PUY-SAINTE-RÉPARADE · LE THOLONET LES PENNES-MIRABEAU · MEYRARGUES · MEYREUIL · MIMET · PERTUIS · PEYNIER · PEYROLLES-EN-PROVENCE · PUYLOUBIER ROGNES · ROUSSET · SAINT-ANTONIN-SUR-BAYON · SAINT-CANNAT · SAINT-ESTÈVE-JANSON · SAINT-MARC-JAUMEGARDE SAINT-PAUL-LÈZ-DURANCE · SIMIANE-COLLONGUE · TRET · VAUVENARGUES · VENELLES · VENTABREN · VITROLLES

VALORISER LA QUALITÉ DES ENTRÉES DE VILLE

Le projet de RLPI proposera notamment :

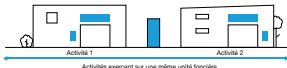
- d'élargir l'affichage publicitaire sur des entrées de territoire qui correspondent à certaines portions de RDN, TDN, RDN+.
- d'encadrer la densité et le format de la publicité aux abords de l'aéroport ou de la gare TGV, ainsi que sur certaines traversées urbaines.



INTÉGRER LA VISIBILITÉ DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES ET CULTURELLES

Le projet de RLPI proposera notamment :

- d'adapter le paysage urbain des zones commerciales en limitant la densité des différents dispositifs publicitaires, préenseignes, enseignes, tout en maintenant des formats adaptés à la vocation de ces zones.
- de privilégier le mobilier urbain dans les centres de villes et villages où la publicité doit rester accessoire et un support privilégié pour l'information municipale et les événements locaux.



RLPI MODE D'EMPLOI

Un avant-projet de règlement


Pour définir les orientations et objectifs de ce projet de règlement à l'échelle de plusieurs zones. Chaque zone aura des règles différentes en termes de publicités et d'enseignes pour tenir compte des spécificités du territoire.

ZP1	ZP2	ZP3	ZP4	ZP5
Centres-villes, noyaux villageois, foiradoux	Zones résidentielles et zones urbaines mixtes	Entrées de ville, entrées de territoire, traversées urbaines	Zones économiques	Hors agglomérations

Calendrier de la démarche

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

LE TERRITOIRE



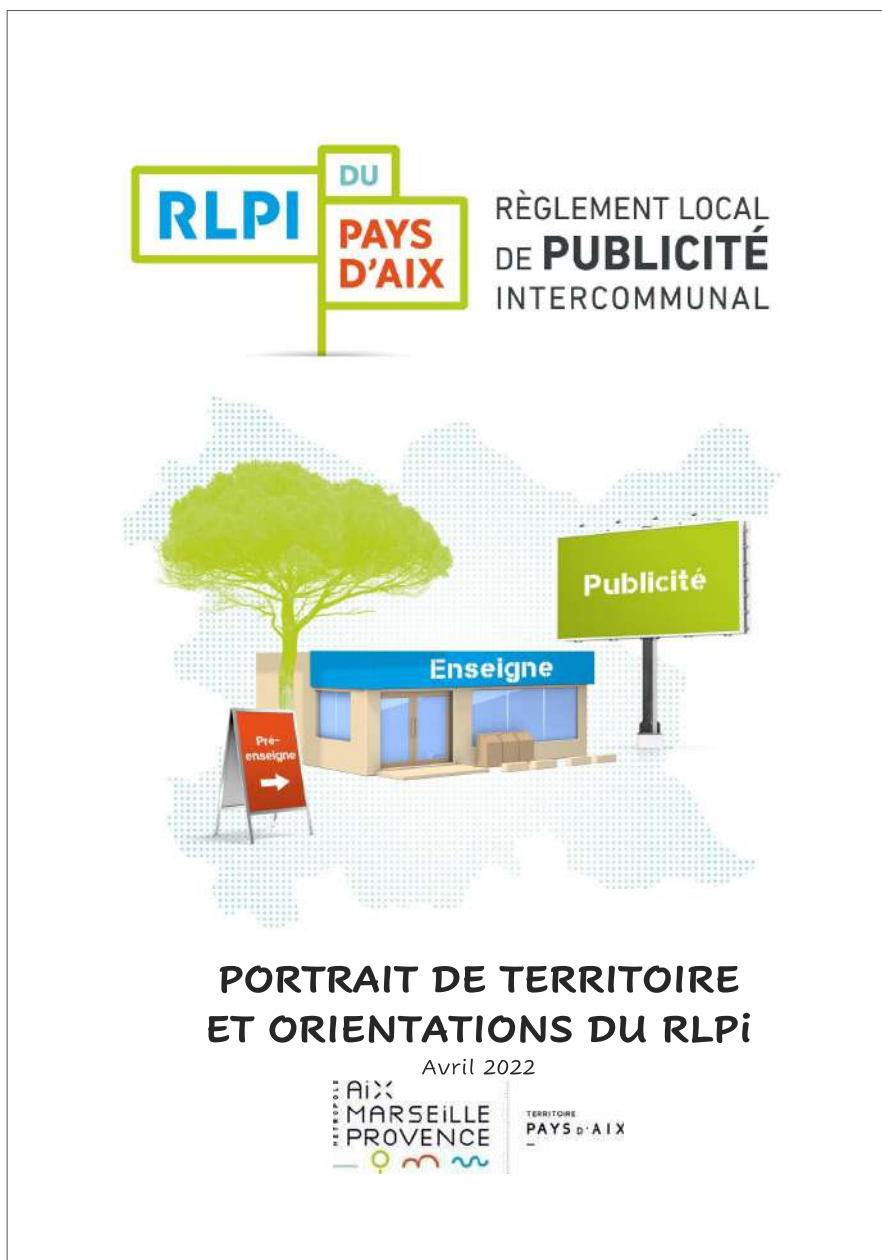
3. TRANSCRIPTION RÉGLEMENTAIRE

Une fois le Règlement Local de Publicité intercommunal approuvé

Il remplacera les RLP communaux en vigueur.

Les règles du RLPI s'appliqueront dans les 36 communes de l'agglomération aixoise, aussi bien aux futures demandes qu'aux dispositifs existants selon le délai de mise en conformité suivant :

PUBLICITÉS PREENSEIGNES	ENSEIGNES
2 ans	6 ans



A.1 | Contexte intercommunal

A.1.1 | Communes concernées par le RLPI – Contexte démographique

La métropole Aix-Marseille-Provence (AMP) compte au recensement de 2018 près de 1,89 millions d'habitants, répartis sur 6 Territoires. Elle fait partie des agglomérations françaises les plus dynamiques, l'aire urbaine se situant au 3^{ème} rang des aires urbaines métropolitaines françaises pour la croissance démographique, derrière Paris et Lyon.

Le **Territoire du Pays d'Aix constitue un des six territoires** composant la métropole Aix-Marseille-Provence et couvre le périmètre de l'ancienne communauté d'agglomération du Pays d'Aix. Il comprend 36 communes (soit 40% des communes de la métropole), dont la plus importante est celle d'Aix-en-Provence.

Communes de la métropole, avec les limites des secteurs de gestion territoriale

Comme l'ensemble de métropole, il bénéficie d'un positionnement géostratégique remarquable qui a largement contribué à son développement, au croisement de l'axe méditerranéen, allant de l'Italie à l'Espagne, et du couloir rhodanien, en direction de Paris et de l'Europe du Nord, et constitue une porte d'entrée majeure sur la Méditerranée. Ce positionnement est renforcé par de grandes infrastructures de déplacement, le Grand Port Maritime Marseille-Fos, l'aéroport international Marseille-Provence et les gares TGV d'Aix-en-Provence et de Marseille, qui lui offrent une grande accessibilité aérienne, ferroviaire et routière constituant l'une des clés essentielles de son rayonnement international. Au regard de cette position de carrefour, le Pays d'Aix apparaît comme un espace d'articulation et d'interface entre les différents bassins de vie et d'emplois qui l'entourent. A la fois sur le parcours de l'Italie à la vallée du Rhône et sur celui menant du littoral vers les Alpes via la vallée de la

Durance, il entretient des liens très étroits avec les territoires extramétropolitains du Sud Luberon, de l'Ouest varois et des départements bas-alpins.

Depuis les années 1960, la population du Pays d'Aix a été multipliée par au moins 2,3 pour atteindre **304 147 habitants** en 2018 (environ 220 000 habitants), répartis comme suit dans chacune des communes.

COMMUNE	POPULATION MUNICIPALE LEGALE TOTALE MIÉE 2018
AIX-EN-PROVENCE	115 007
BEAUREGULAR	506
BOUC-BEL-AIR	14 701
CARRIS	9 839
CHATEAUNEUF-LE-ROUGE	2 307
COUDOUK	1 719
EQUILLES	797
FUYEAUX	10 517
GERSAUNE	2 136
GRÉASQUE	4 213
OGUARD	4 421
LA ROQUE-FRANÇOIS	1 441
LAMBESC	9 799
LE PORT-SANT-BERNADE	1 746
LE THIDONNET	2 187
LES PENNES-VIRABEAU	2 141
METFRANGES	1 840
MERVEIL	8 798
MIRAVES	4 648
PEYRUS	20 097
PEYRIN	3 513
PROVENCE-SUR-PROVENCE	1 519
REYVIEUX	1 775
ROGNES	4 766
ROSENAY	4 061
SANT-ANTOINE-SUR-BAYON	1 211
SANT-CANNI	5 678
SANT-ESTÈVE-JANSON	1 380
SANT-MARC-VALENGARDE	1 249
SANT-MICHEL-PROVENCE	1 066
EMMANUEL-COLLENDRE	1 095
TRETS	10 500
VALRABOURGUES	3 050
VENELLES	4 406
VEYRIANEN	1 483
VITROLLES	13 101

UNE croissance démographique s'est accompagnée d'un développement économique majeur, soit le développement de nouveaux pôles économiques et une multiplication des demandes en logements, équipements et services.

Règlement local de Publicité Intercommunal du Pays d'Aix – Forêt de territoire & Délimitations du RLPI – Avril 2022

Samedi 5 Février 2022
www.laprovence.com

Agenda 2030 : les citoyens ont parlé

VENELLES Le grand plan de concertation publique "Venelles en transition" entre dans une nouvelle phase

Initiée fin août, la concertation publique "Venelles en transition" vient d'atteindre son premier objectif: formaliser les 592 contributions et 280 propositions, avant la rédaction des fiches actions pour penser la ville de demain. Co-construire un agenda 2030 - un document cadre déclinant les 17 objectifs de développement durable définis par l'ONU -- avec les habitants était un défi de taille. Qui plus est en pleine période de crise sanitaire, où rassembler les populations n'est pas chose aisée. "On ne peut qu'être fiers de la mobilisation des Venellois sur cette question, se félicitait le maire, Arnaud Mercier. Au-delà de la constitution de ce document, nous avons souhaité que cette démarche de participation citoyenne s'inscrive



Des ateliers citoyens ont fait émerger quelque 280 propositions pour faire évoluer la ville durablement. /PHOTO DR

"Pour avoir l'adhésion des habitants sur ces projets structurants d'avenir, il faut qu'ils en soient acteurs."

dans le temps. Car pour avoir l'adhésion des habitants sur ces projets structurants d'avenir, il faut qu'ils en soient acteurs."

Après avoir recueilli 424 bulletins-réponses au questionnaire, organisé des ateliers participatifs, tenu des stands d'informations et animé des réunions publiques, la Ville réalisait un point d'étape jeudi soir. Une réunion réalisée en visio, réunissant une cinquantaine de personnes, afin de présenter une synthèse de ces semaines de travail.

38 objectifs ont ainsi pu être dégagés répondant à 13 défis

collectifs liés à la biodiversité, aux modes de déplacement, à la lutte contre les pollutions, au lien social, à la consommation responsable et à l'économie locale... Parmi les défis ciblés par les habitants, certains ont cristallisé de nombreuses questions, comme les déplacements et le développement de pistes cyclables. "C'est un enjeu fort effectivement. Nous l'intégrons dans nos démarches, mais il y a plusieurs paramètres à prendre en compte avant de formaliser des tracés. Je pense tout particulièrement au franchissement de la voie ferrée. Un travail est mené en ce sens avec la SNCF, surtout sur la question de la sécurisation de ce passage à niveau. Nous devrions avoir des nouvelles l'an prochain", précisait l'édile.

L'agenda 2030 devra encore être peaufiné pour le rendre opérationnel dans les mois qui viennent. Il faudra en passer

par la rédaction des fiches actions avec validation de la cohérence et arbitrages en comité de pilotage. Ce dernier est composé d'élus, de techniciens municipaux, d'habitants tirés au sort et de deux autres habitants membres du comité consultatif environnement.

Suivront, au printemps, la compilation de ces fiches et la définition d'un calendrier d'intervention. L'entrée en action se fera après débat en conseil municipal et présentation publique avant l'été. "On essaie de communiquer au maximum sur ce que nous mettons en place. La concrétisation de certains projets se faisant sur un temps plus au mois long, mais je crois que les Venellois l'ont bien compris. Nous ne sommes pas des magiciens, mais nous avons la volonté d'agir", concluait Arnaud Mercier.

A.Bi. et S.L.

ZOOM SUR Puycricard



Le plateau de Puycricard renoue avec la tradition de la transhumance

En fermant les yeux, le doux bruit de cloches pourrait laisser imaginer que l'on se promène dans les alpages, mais c'est bien à Puycricard que qu'il y a peu, paissaient paisiblement près de 1300 moutons. "Depuis quatre années, je transhume dans les Bouches-du-Rhône. Voilà des années que nous passions par l'arrière-pays du Var. Ça n'a pas été simple, mais nous avons tenté de chercher un itinéraire par les Bouches-du-Rhône, qui convienne le mieux, autant à nous qu'à ceux dont nous traversons les lieux de vie et de déplacements. C'est vrai que de temps en temps, nous avons bien conscience de gêner la circulation ; et il y en a qui nous le font savoir." Le troupeau est parti de Moriez, près de Saint-André-les-Alpes (04) le 5 décembre, explique Jean-Pierre, le berger.

"Entre pistes et petites routes, nous avons parcouru près de 150 km - dont trois jours sur la neige -, pour rejoindre Venelles où nous sommes arrivés le 20 décembre. Nous étions quatre pour accompagner ce troupeau. Depuis, ce sont des petites étapes chaque jour au gré des possibilités d'arrêt. Il y a beaucoup de solidarité et nous trouvons facilement des terrains où faire paître nos moutons." Dont Puycricard où l'arrivée de ce troupeau a donné le sourire aux promeneurs, et particulièrement aux enfants, d'autant que la période d'agnelage a commencé et que chaque jour naissent près de 15 agneaux. Un pastoralisme qui émerveille ceux qui retrouvent la ruralité du quartier, et ceux qui ne la connaissent pas. Le troupeau va passer quelques semaines du côté de Berre avant de reprendre la route en mai. 17 jours de marche jusqu'à la Foux d'Allos (04). "Une vraie passion que ce métier. Et si nous sommes souvent seuls dans les alpages, ici il est très agréable de voir les yeux émerveillés des enfants et d'entendre les encouragements de tous ceux qui s'arrêtent." /PHOTO I.A.

RLPI

DU

PAYS D'AIX

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RÉUNION PUBLIQUE

Jeudi 24 février

2022 18h > 20h

Venez participer à l'élaboration du RLPI : échanges sur le **Diagnostic et les Orientations**

EN DIRECT DEPUIS CHEZ VOUS

Toutes les informations relatives à la réunion publique sont disponibles sur le site du Pays d'Aix

EN PRÉSENTIEL

Technopôle de l'Arbois
Domaine du Petit Arbois - Salle de Conférence Avenue Louis Philibert - Aix en Provence

+ d'infos sur : www.paysdaix.fr

facebook.com/paysdaix

Samedi 5 Février 2022
www.laprovence.com

L'État veut ouvrir les labos sur l'entreprise

Pour séduire les chercheurs une tournée écume les campus

Le "Deep tech tour", un événement coordonné par la banque publique d'investissement (BPI), était de passage sur le campus Saint-Jérôme à l'école polytechnique hier. "Les deep tech ce sont les start-up créées à partir de travaux de recherche", traduit Rana El Alam, organisatrice de l'évènement. "Notre objectif c'est de sensibiliser les chercheurs, leur dire comment ils peuvent se lancer ou travailler de près ou de loin avec des start-up", poursuit la jeune femme qui navigue entre les participants dans le hall de l'école d'ingénieur. Une cinquantaine d'étudiants sagement installés sur des chaises d'écoliers assistent aux tables rondes. "C'est la pause, profitez-en pour aller réseauter", lance Franck Araujo, directeur de l'accélérateur M, un incubateur d'entreprise, qui s'occupe de l'animation d'un débat intitulé "Du labo à la start-up nous sommes là pour vous accompagner".



Le deep tech tour a débuté en novembre 2021 et se poursuivra jusqu'au mois de juin, il passera par Montpellier et Toulouse.

Décalage culturel
Derrière la légèreté ambiante se cache un enjeu de taille, reconnaît Pascale Ribon, directrice deep tech de la BPI France: "le gouvernement veut mettre le paquet sur les start-up qui sortent des labos de recherche. Il y a des moyens financiers massifs, on parle de plusieurs milliards d'euros. Il y a aussi des moyens d'articulation pour faire entrer les start-up dans les labos et les équipes des labos dans les entreprises". Ainsi à chaque étape de la tournée la BPI entre en relation avec

l'université et les entreprises locales. "Les relations se créent", résume Pascale Ribon.

Ce levier est indispensable d'après Stéphane Barbat. Enseignant chercheur en chimie à l'université Aix Marseille, il s'est mis en disponibilité depuis trois ans pour occuper à plein temps le poste de dirigeant de la start-up Kalyzée, qui fabrique des caméras pour équiper les salles de cours. "On n'enseigne à l'université que la connaissance académique, théorique, pas le monde de l'entreprise. Culturellement entreprendre n'est pas dans la tête des chercheurs". Ce pionnier est convaincu du rôle décisif que les chercheurs peuvent jouer pour l'avenir de l'innovation. "Il y a un enjeu stratégique pour la France, le gouvernement veut garder un avantage compétitif sur les cerveaux. Les enjeux du futur demandent des connais-

sances techniques importantes". Des exemples concrets? Le chercheur chef d'entreprise cite celui de l'ordinateur quantique, une machine à la puissance de calcul décuplée. "C'est presque géostratégique, le pays qui va développer ça pourra faire pêter tous les mois de passe de la planète".

Dans un autre registre Elise Odinot est directrice technique chez Oloinnov. "Après six ans de recherche on a monté notre projet pour valoriser les résidus de colza grâce aux enzymes des champignons. Aujourd'hui on a une solution pour décolorer les textiles avec quelque chose de plus vertueux que la javel et produire des molécules antioxydantes pour la cosmétique". De ce choix elle ne tire que du positif: "ça permet de concrétiser un projet et ouvre de nouvelles connaissances".

Meriem BLOUD

SOLIDARITÉ

Une distribution alimentaire au plus près des étudiants

Le sac de courses vide, plusieurs étudiants attendent patiemment dans le hall de la faculté de droit de Marseille. Tout est prêt, bien aligné. Boîtes de haricots verts, pâtes, cacao. Les administrateurs du Crédit mutuel, accompagnés par le Secours populaire, s'activent. À 10h, la distribution de produits alimentaires commence. Les étudiants récupèrent les premiers colis.

"J'ai dû quitter mon job étudiant pour un stage. Les fins de mois commencent à être difficiles et pour la première fois, j'ai décidé de demander de l'aide. À la fac, il y a un premier filtre. On est entre étudiants donc on se sent plus à l'aise", explique David Moreno, étudiant en master de distribution et d'achat à Aix-en-Provence.

"Notre solidarité, c'est notre ciment"

Cette distribution alimentaire, à l'initiative des administrateurs du Crédit mutuel, a débuté dans le sillage du premier confinement en mars 2020. Désormais, le premier mercredi de chaque mois, entre 80 et 100 distributions ont lieu dans le hall de la faculté, pendant deux heures. "Notre solidarité, c'est notre ciment. Notre objectif est de mettre en avant ce côté mutualiste et solidaire, en allant chercher la précarité étudiante là où elle se trouve", détaille Fernand Lustrò, administrateur de la caisse locale du Crédit mutuel Marseille.



Dans le hall de la faculté de droit de Marseille, des étudiants viennent chercher des produits de première nécessité. /PHOTO A.C.

Le projet est le fruit d'un partenariat entre la banque et cinq autres acteurs, dont le Secours populaire fait partie.

Au cœur de la faculté de droit, cette action de solidarité présente un double avantage. Elle facilite les démarches et rapproche les étudiants des campus situés dans le centre-ville. Mais pour Emma*, étudiante en troisième année d'éco-gestion à l'université Aix-Marseille, cette initiative ne

doit pas masquer le problème grandissant de la précarité étudiante: "Après avoir payé toutes mes charges, il me reste 40 euros de budget alimentation pour le mois. Avec ce panier, je tiens dix à quinze jours. L'ennui, c'est qu'il y a de moins en moins de distribution depuis le premier confinement et la prochaine, ici, est dans un mois seulement."

Adrien CHAPIRON

* Le prénom a été modifié.

Marseille

11

RLPI DU PAYS D'AIX RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RÉUNION PUBLIQUE

Jeudi 24 février

2022 18h > 20h

Venez participer à l'élaboration du RLPI :
échanges sur le **Diagnostic et Les Orientations**

EN DIRECT DEPUIS CHEZ VOUS

Toutes les informations relatives à la réunion publique sont disponibles sur le site du Pays d'Aix

Ouverte sur inscription, dans la limite des places disponibles, en raison de la capacité limitée de la salle

EN PRÉSENTIEL

Technopôle de l'Arbois
Domaine du Petit Arbois - Salle de Conférence Avenue Louis Philibert - Aix en Provence

+ d'infos sur : www.paysdaix.fr

facebook.com/paysdaix

AIX MARSEILLE PROVENCE PAYS D'AIX

Samedi 5 Février 2022
www.laprovence.com

CARRY-LE-ROUET

Les Oursinades font leur retour



Ces oursinades seront les premières de l'année... et même les premières depuis 2020! De quoi aiguiser l'appétit pour un bonheur iodé en famille ou entre amis. /PHOTO J.-L.C.

C'est officiel, les traditionnelles Oursinades auront bien lieu cette année à Carry-le-Rouet. Annulées l'an dernier à cause du contexte sanitaire toujours lié à l'épidémie de Covid, cette fois la préfecture a donné son feu vert. Mais contrairement aux années précédentes, vous pourrez venir déguster les châtaignes de mer trois dimanches d'affilée, et non plus quatre. Les festivités commencent ce dimanche 5 février, avec quelques changements...

Cette année, la grosse nouveauté sera le lieu. "Comme il y a les travaux de l'hôtel (côté quai P. Malleville), on va organiser les oursinades de l'autre côté, vers la capitainerie", annonce Patrick La Tona, adjoint au maire, délégué aux Festivités. Et puis cet emplacement, plus grand, permettra d'espacer les stands "pour éviter les attroupements".

Ainsi, au bout du quai du professeur Émile Vaysière, vous trouverez six écaillers, un pé-

cheur et des forains qui proposeront des paellas, huîtres, crevettes... "Tout ce qui a trait à la mer quoi", commente l'élu.

"Sortir de la morosité"

Les amateurs d'oursins pourront donc déguster la chair orangée et un tas d'autres mets iodés sur les 90 tables installées devant la capitainerie, ou bien, comme on le voit chaque année, sur les digues du port (à condition de bien jeter vos déchets dans les poubelles prévues à cet effet).

Si les Oursinades attirent énormément de monde chaque année, il est important de rappeler les règles sanitaires, surtout avec le variant Omicron. Même si le port du masque n'est officiellement plus obligatoire en extérieur (depuis le 2 février), "on va demander aux gens d'essayer de respecter les gestes barrières et si possible de garder le masque quand ils débambuleront", indique Patrick La Tona. C'est dans notre intérêt que tout se passe bien. On veut

sortir de la morosité."

Marché local et terrasses

Comme d'habitude, un marché local et artisanal s'installera sur la place Jean Jaurès, en face du casino. Et puis, avec cette nouvelle disposition, l'accès automobile au quai Vaysière sera fermé, permettant ainsi aux restaurants et bars d'agrandir exceptionnellement leur terrasse sur la route.

"Quand on parle de Carry, les gens évoquent Fernandel évidemment, et puis il y a Jean-Pierre Foucault, mais sinon on parle des Oursinades. C'est une image forte de la ville", souligne l'adjoint au maire, délégué aux Festivités. Il n'y a plus qu'à croiser les doigts pour que le soleil soit au rendez-vous les 6, 13 et 20 février!

Raphaële MINCÔNE

Un service de navettes gratuit sera mis en place ces trois dimanches entre le parking de la plage du Rouet et le port de Carry. Plus d'infos sur www.otcarryrouet.fr

EXPOSITION

Claude Luca met la Côte bleue en lumière

C'est dans le cadre des Oursinades que le Lions club de la Côte bleue, avec la participation de la municipalité de Carry, organise une exposition-vente des œuvres de Claude Luca à l'office du tourisme, au profit de l'association Carry Espoir. L'occasion de découvrir, à partir d'aujourd'hui jusqu'au 20 février de 10 h à 18 h, les toiles de cet artiste-peintre expressionniste provençal.

Claude Luca est un peintre de la lumière. Le Marseillais au style très coloré, se plaît à illustrer la vie de tous les jours. C'est un artiste au plus proche de l'humain qui s'inspire des rencontres, des promeneurs, des artisans qu'il croise au hasard dans la rue ou ailleurs lors de ses périples à travers la France et l'Europe.

Né à Marseille, à Saint Loup, en 1939, Claude Luca, dans son enfance, fréquente deux ateliers d'artistes de son quartier, celui d'Alphonse Kontchek, peintre sculpteur et écrivain et celui de Delarue, céramiste. Il voue sa vie à la peinture et commence à exposer dans de presti-



Surnommé "le peintre de la lumière", Claude Luca est à découvrir jusqu'au 20 février à l'office de tourisme de Carry. /PHOTO V.V.

gieuses galeries d'art de Marseille et de la région. Après de nombreux voyages à travers l'Europe à pied ou à vélo pour peindre sur le vif, le peintre-reporter ouvre un atelier près du Vieux-Port de Marseille. Là, Claude Luca se penche sur de nouvelles techniques et produits innovants et met au point avec un fabricant de peintures de Marseille la technique Renaudin. Il produit alors une grande série de toiles ayant

pour thème Marseille, ses différents quartiers du centre et du bord de mer. Les lumières et les couleurs de la région inspirent énormément ses créations. Claude Luca possède une profonde identité méridionale. L'œil, le regard, la vue s'expriment chez cet artiste grâce à l'écriture des couleurs très particulières. À découvrir jusqu'au 20 février à l'office de tourisme de Carry, entre deux dégustations de fruits de mer.

RLPI DU PAYS D'AIX RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RÉUNION PUBLIQUE



Jeudi 24 février

2022

18h > 20h

Venez participer à l'élaboration du RLPi : échanges sur le **Diagnostic et les Orientations**



EN DIRECT DEPUIS CHEZ VOUS

Toutes les informations relatives à la réunion publique sont disponibles sur le site du Pays d'Aix

Ouverte sur inscription, dans la limite des places disponibles, en raison de la capacité limitée de la salle



EN PRÉSENTIEL

Technopôle de l'Arbois
Domaine du Petit Arbois - Salle de Conférence Avenue Louis Philibert - Aix en Provence

+ d'infos sur : www.paysd Aix.fr
facebook.com/paysd Aix



16 **Sud-Vaucluse**

Samedi 5 Février 2022
www.laprovence.com

MAUBEC - ROBION- OPPÈDE

Temps d'échange pour l'ADMR Sud Vaucluse



Les salariées conviées à un moment d'échange à la maison des services ADMR à Coustellet. /PHOTO E.B.

Dans le cadre de la première réunion collective de l'année, les salariées d'intervention des associations ADMR ont été invitées à un temps d'échange, en petits groupes.

L'objectif de cette rencontre était d'informer les personnels du nouveau découpage du territoire, de présenter les nouveaux gestionnaires de planning affectés et de passer un moment agréable et convivial pour les équipes. Manon Benabbas, responsable de territoire, assistée de la gestionnaire de plannings Axelle Prévot, a ac-

cueilli les 12 salariées des trois associations de Maubec, de Robion et d'Oppède pour une réunion de travail avant de partager avec elles, dans la bonne humeur, la galette des rois.

La maison des services ADMR Sud Vaucluse, implantée à Coustellet-Maubec, accompagne toutes les associations ADMR du territoire Sud Vaucluse dans leur organisation et qualité de service auprès des usagers. Sur l'ensemble du territoire Sud Vaucluse, cela concerne près de 700 bénéficiaires et plus de 150 salariés, pour un total de 115 000 heures

d'intervention à l'année. L'ADMR de Vaucluse s'engage, depuis plus de 65 ans, dans l'innovation sociale au service des citoyens et des collectivités. Regroupant plus de 32 structures locales dans le département, l'association propose des réponses de proximité, adaptées et personnalisées à chaque situation, dans les domaines : services et soins aux seniors, entretien du domicile, enfance et parentalité, handicap. **E.B.**

ADMR Maison des services, 107, Lou Marca à Coustellet. Renseignements : 04 90 74 05 05/coustellet@admrs4.org

OPPÈDE

Un comité des fêtes 100% féminin

Lundi dernier s'est déroulée l'assemblée générale du Comité des Fêtes d'Oppède. La présidente, Morgane Quaglino, a rappelé le peu de manifestations qui ont pu être maintenues, suite aux restrictions sanitaires : "Bilan moral et financier sont vidés de leur contenu. Je regrette particulièrement l'annulation de la fête votive, pour la deuxième année consécutive, ce qui constitue un véritable manque auprès de la population oppédoise."

Si l'association ne compte qu'une douzaine de bénévoles, ils affichent leur dynamisme et se disent motivés pour animer leur village. Malgré la situation sanitaire et les incertitudes qui pèsent toujours sur le déroulement des manifestations, ils espèrent une année riche en événements festifs pour rattraper une partie du "temps perdu".

L'élection du bureau qui a suivi a entériné la composition suivante : Morgane Quaglino, présidente, Emilienne Breitwiller, trésorière, Steph-



nie Ollivier, secrétaire, Geneviève Yuste, vice-présidente, Caroline Albert, trésorière adjointe et Charline Molinas, aide-secrétaire. **A.T.**

LAGNES • L'Association du 3e âge a tenu son assemblée générale. C'est en présence d'une quarantaine d'adhérents, que l'association "Li Bon Vivent de Lagnes" a tenu son assemblée générale, ce lundi 31 janvier. La présidente était heureuse de retrouver ses membres après de long mois d'inactivité.



C'est donc un compte-rendu moral et financier du 1er octobre 2019 au 31 décembre 2021 qui a été présenté à l'assemblée. Quelques changements sont à noter pour cette nouvelle saison : ce sont désormais les lundis après-midi à la salle La Grange que se retrouveront nos aînés, pour des petits lotos, jeux de société et de cartes. Michèle Pastoret a quitté ses fonctions de secrétaire, et Eric Husson lui succède. Tous les autres membres du bureau sont reconduits. En clôture de cette assemblée générale, la présidente Lucette Audibert a mis l'honneur les deux doyens de l'association Denis Filat, 95 ans et André Donnat dont c'était l'anniversaire deux jours plutôt, 89 ans. /PHOTO D.P.

CINÉMA

APT CGR Le César
♦ Rue Sudeley 04 892 68 69 20.
Arthur Rambo 18h 45. Jardins enchantés 15h 30. Les Jeunes amants 21h. Les Promesses 21h. Nightmare Alley 16h. Presque 14h et 18h 30. Super-héros malgré lui 14h, 16h 30 et 21h. Une jeune fille qui va bien 18h 30. Vaillante 14h et 16h 30. Vanille 15h 45.

CAVAILLON
La Cigale ♦ 79, av. du Maréchal Joffre.

Super-héros malgré lui 14h 15, 16h 15 et 21h.

Le Féminia ♦ 58, cours Gambetta 04 90 71 38 24. Adieu Paris 18h 30. Les Jeunes amants 16h 25 et 20h 30. Les Promesses 16h 30 et 20h 35. Ouistreham 18h 40. Presque 14h 30 et 20h 40. Une jeune fille qui va bien 14h 25 et 18h 35. Vaillante 14h 20 et 16h 20.

Le Paradiso ♦ 62 rue Jean Mermoz. Arthur Rambo 15h et 19h 05. H6 en VO : 14h 55 et 19h. Licorice Pizza en VO : 16h 40. The souvenir - Part II en VO : 16h 55.

CUCURON Le Cigalon
♦ Cours Pournières 04 90 77 29 97. Belle 14h 30. En Attendant Bojangles 21h. Jardins enchantés 17h. Les Leçons Persanes 18h 30.

PERTUIS Le Luberon
♦ 31, rue Giraud 04 892 68 01 74. Adieu Monsieur Hoffmann 18h 30. L'Amour c'est mieux que la vie 21h. La Place d'une autre 18h 20. Les Promesses 16h 15 et 21h. Ouistreham 18h 30. Super-héros malgré lui 14h et 21h. Tous en scène 2 16h 15. Vaillante 14h et 16h 15. Vanille 14h.

RLPI DU PAYS D'AIX RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RÉUNION PUBLIQUE



Jeudi 24 février 2022 18h > 20h

Venez participer à l'élaboration du RLPI : échanges sur le **Diagnostic et les Orientations**



EN DIRECT DEPUIS CHEZ VOUS

Toutes les informations relatives à la réunion publique sont disponibles sur le site du Pays d'Aix

Ouverte sur inscription, dans la limite des places disponibles, en raison de la capacité limitée de la salle



EN PRÉSENTIEL

Technopôle de l'Arbois
Domaine du Petit Arbois - Salle de Conférence Avenue Louis Philibert - Aix en Provence

+ d'infos sur : www.paysdaix.fr
facebook.com/paysdaix



X. RÉUNION PUBLIQUE - VISIOCONFÉRENCE

The screenshot shows a Zoom meeting window. The main content is a presentation slide with the following text and graphics:

- Logo: Aix MARSEILLE PROVENCE
- Title: **RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL**
- Subtitle: **RLPI DU PAYS D'AIX**
- Event: **Réunion Publique Mercredi 18 Janvier 2023**
- Topic: **Échanges sur l'avant projet de RLPI du Pays d'Aix**
- Graphics: An illustration of a school building labeled 'Enseigne' and a signpost labeled 'Publicité'.

On the right side of the Zoom window, there is a vertical strip showing a video feed of a man with glasses and a control panel with buttons for participants: JL, JB, PS, EB, LS, and +5.

The Windows taskbar at the bottom shows the date as 14/01/2023 and the time as 14:46. The system tray includes weather information (19°C, Ciel couvert) and various system icons.



XI. RÉUNION PUBLIQUE - VISIOCONFÉRENCE 2

RIFI - Réunion Publique - Du diagnostic aux orientations générales

01:21

Quitter

Pierre-Jean DELAHOUSSE (Invité)

JBB (Invité)

GR

DIAGNOSTIC DES PUBLICITES / PREENSEIGNES

Exemples de dispositifs amenés à disparaître

Dispositif implanté hors agglomération

Abords de route express ou autoroute

Covisibilité avec un monument historique à ses abords

Dispositifs scellés au sol et/ou de grand format dans les agglomérations de - de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'UJL Aix-Marseille

Réglement Local de Publicité du Pays d'Aix (RLP) - Révisé et publié du 24 février 2022

Elodie Sauzède

18:29 24/02/2022

D... (25) Désactiver tous les micros

- JBB (Invité) Invité à la réunion
- Jean-David CIOT (Invité) Invité à la réunion
- LACAUD stéphanie
- Ludvine durye Marcos (Invité) Invité à la réunion
- MAMP-TECHNOPOLE ARBOIS...
- marie pierre moron (Invité) Invité à la réunion
- MARIE SEDANO (VENELLES) (Inv... Invité à la réunion
- PACE nathalie
- Pierre-Jean DELAHOUSSE (Paysa... Invité à la réunion
- Rhodes Thomann (Invité) Invité à la réunion
- RISCATTO marion
- Ronan Le Boubenec Paysages ... Invité à la réunion
- Vincent Desvignes (Invité) Invité à la réunion







S'informer

ampmetropole.fr

