

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU  
CONSEIL MUNICIPAL DE LA VILLE D'AJACCIO

--ooOoo--

L'An Deux Mille Onze, le Lundi 30 mai à 18 Heures, le Conseil Municipal de la Ville d'AJACCIO, légalement convoqué le 24 mai, conformément à l'article L2121-17 du C.G.C.T, s'est réuni en séance publique à l'Hôtel de Ville sous la présidence de Monsieur le Maire, Simon RENUCCI.

**Etaient présents :**

MM. LUCIANI, CERVETTI, PIERI, PANTALONI, Mme LUCIANI, Mme MORACCHINI, M CASASOPRANA, Mme MOUSNY-PANTALACCI, M. GABRIELLI, Mme PASQUALAGGI, Adjoints au Maire.

M. PARODIN, Mme PIMENOFF, MM. VITALI, MARY, Mme DEBROAS, M. BASTELICA, Mme PERES, Mme POLI, Mme JOLY, M. AMIDEI, Mme SUSINI, M. BERNARDI, M. TOMI, Mme FERRI-PISANI, M. BARTOLI, Mme TOMI, M. D'ORAZIO, M. MARCANGELI, M. LAUDATO, Conseillers Municipaux.

**Avaient donné pouvoir de voter respectivement en leur nom :**

Mme RISTERUCCI	à	Mme MOUSNY-PANTALACCI
Mme FIESCHI DI GRAZIA	à	M. GABRIELLI
M. ZUCCARELLI	à	M. PIERI
Mme SUSINI-BIAGGI	à	Mme SUSINI
Mme SAMPIERI	à	M. D'ORAZIO
Mme GUERRINI	à	M. MARCANGELI

**Etaient absents :**

M.DIGIACOMI, Mme GUIDICELLI, Adjoints au Maire, M. COMBARET, Mme CURCIO, Mme PASTINI, M. RUAULT, Mme FENOCCHI, M. CORTEY, Mme OTTAVI-BURESI, Conseillers Municipaux.

Nombre de membres composant l'Assemblée :	45
Nombre de membres en exercice :	45
Nombre de membres présents :	30
Quorum :	23

Le quorum étant atteint, M.D'ORAZIO est désigné en qualité de Secrétaire de séance.

## **Monsieur le Maire expose à l'Assemblée :**

Face au développement croissant de l'affichage publicitaire au cours de ces dernières années, surtout en zone urbaine périphérique, ainsi qu'à la prolifération de l'affichage sauvage en ville, la municipalité a souhaité, par l'instauration d'un règlement local, s'engager dans une action forte en faveur de la protection du cadre de vie et du paysage naturel et urbain.

Ce projet s'inscrit pleinement dans le cadre du plan municipal d'actions en faveur de l'environnement, lui même adossé au plan d'aménagement et de développement durable du PLU d'Ajaccio, en cours d'adoption.

Par délibération en date du 27 octobre 2008, le Conseil municipal, à l'unanimité des présents, a autorisé la Ville à solliciter l'Etat, en application du code de l'environnement, pour la mise en place d'un groupe de travail chargé d'élaborer le règlement local de publicité de la Ville d'Ajaccio.

Par arrêté en date du 4 mai 2009, le Préfet de Corse, Préfet de la Corse-du-Sud a institué ce groupe, dont la composition résulte des dispositions fixées par le code de l'environnement, et la présidence en a été confiée à Monsieur le Maire. Un arrêté modificatif, en date du 22 juin 2009, a complété la liste des services de l'Etat participant aux travaux (Direction régionale des affaires culturelles).

Le groupe de travail, était ainsi composé à parité de membres ayant voix délibérative, élus désignés par le conseil municipal, et de représentants des services de l'Etat ainsi que de personnes associées n'ayant pas voix délibérative (conformément à l'article L.581-14 du code de l'environnement). Pour ces derniers, il s'agit notamment de professionnels de l'affichage, de la CCI et de représentants des associations d'environnement et du cadre de vie.

La première réunion du groupe a été organisée le 6 juillet 2009.

Sept réunions se sont ensuite tenues qui ont permis d'élaborer un projet de règlement qui a été soumis, le 25 mars 2011, au vote des membres du groupe disposant d'une voix délibérative. Le texte a été adopté à l'unanimité des présents.

Aux termes de la procédure fixée en la matière par le code de l'environnement, le texte a été transmis au Préfet en vue de recueillir, le cas échéant, et dans un délai de deux mois maximum, l'avis du Conseil des sites de la Corse.

Convoqué à cet effet par le Préfet le 3 mai 2011, le Conseil des sites s'est réuni le 24 mai et a rendu un avis favorable au projet de règlement.

Celui-ci est donc soumis à l'accord du Conseil municipal en vue de sa mise en œuvre par arrêté municipal dans les délais prévus par l'article 39 de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 (JO du 13 juillet) dite Grenelle 2 de l'Environnement.

Il faut préciser qu'il a été décidé d'accompagner l'instauration du règlement par une large action d'information des artisans et des commerçants concernés tout particulièrement par les nouvelles normes relatives aux enseignes. Une plaquette d'information technique sera ainsi réalisée par la Ville avec le concours du Service départemental de l'architecture et du patrimoine, de la DREAL et de la CCI.

En outre, il a paru souhaitable de constituer un comité de suivi de la mise en œuvre du règlement en réunissant, une fois l'an, les administrations, organismes et professionnels du secteur ayant participé à son élaboration.

La mise en conformité des dispositifs publicitaires concernés par le texte devra avoir été réalisée au plus tard deux années après la publication du texte au recueil des actes administratifs.

#### Les principes généraux du code de l'environnement en matière de publicité :

Publicités, enseignes et pré-enseignes sont soumis aux articles L581-1 à 45 et R581-1 à 88 du code de l'environnement. Tout en rappelant le droit d'expression de chacun, le code a pour objet de protéger le cadre de vie, de lutter contre la pollution et les nuisances visuelles et de sauvegarder le patrimoine naturel ou architectural. Ainsi, la publicité est-elle interdite dans les parcs nationaux ou parcs naturels régionaux, sur les immeubles classés, dans les secteurs sauvegardés, dans les Zones de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain ou Paysager (ZPPAUP), ainsi que dans les sites classés et inscrits.

Le code de l'environnement établit également des règles de format et de hauteur, selon l'importance de la population des villes. Par ailleurs, il définit les conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et soumet les publicités à un régime de déclaration, voire d'autorisation dans le cas des publicités lumineuses.

Le code précise également les conditions dans lesquelles une commune peut, par la mise en place d'un règlement local de publicité, adapter les règles nationales aux circonstances locales.

#### Utilité d'un règlement local de publicité

Les règles nationales, de portée générale, s'appliquent à l'ensemble du territoire. Or, la situation géographique d'une commune, son histoire, le développement de son urbanisation sont uniques, et il revient au conseil municipal de fixer sa politique et ses objectifs en matière de cadre de vie. Pour ces raisons, le code de l'environnement autorise les communes à adapter les dispositions nationales dans le cadre d'un règlement local de publicité.

Les villes peuvent ainsi instituer des Zones de Publicité Restreinte (ZPR), où la publicité est soumise à des prescriptions plus restrictives que celles du régime général, et des Zones de Publicité Elargie (ZPE) aux prescriptions moins restrictives que le régime général. Enfin, des Zones de Publicité Autorisée (ZPA) peuvent être créées, hors agglomération, lorsque le besoin s'en fait sentir aux abords immédiats de secteurs commerciaux, industriels, ou artisanaux.

En l'espèce, le règlement local de publicité de la Ville d'Ajaccio est composé de trois ZPR et d'une ZPA pour le secteur spécifique de l'aéroport.

Economie du projet

Le périmètre du règlement local de publicité de la Ville d'Ajaccio comprend quatre sous secteurs, à savoir trois zones de publicité restreinte (ZPR) et une zone de publicité autorisée (ZPA).

Le règlement comporte trois parties, le titre I, consacré aux dispositions générales communes à toutes les zones, le titre II relatif aux règles supplémentaires propres à chaque zone et le titre III portant sur la mise en application du RLP. En préambule, un chapitre dénommé "précisions diverses" est consacré au rappel des principales dispositions du code de l'environnement régissant la publicité.

#### 1- Dispositions générales communes à toutes les zones

Ce chapitre contient des mesures d'interdiction et des prescriptions dont les points forts sont les suivants :

##### • **des interdictions de principe, plus restrictives que le régime général :**

Dans un souci de protection et afin d'en faciliter son contrôle, le règlement interdit toute publicité, enseigne ou pré-enseigne :

- sur tous les murs de clôtures, les clôtures et murs de soutènement, aveugles ou non ;
- à moins de cent mètres en co-visibilité d'un édifice religieux (lieu de culte, tombe isolée...);
- les procédés lumineux à défilement et les enseignes intermittentes ou clignotantes, sauf pour les services d'urgence (hôpitaux, pharmacies).

##### • **des limitations en nombre, en surface et en types de supports**

- des dispositifs publicitaires sur façades ;
- des enseignes scellées au sol (à l'exception de la ZPR1 où elles sont interdites)

##### • **le dégagement des carrefours giratoires**

Le déplacement du groupe de travail sur le terrain a permis de constater qu'une des principales nuisances résultait de la quantité importante de panneaux publicitaires de grand format implantés sur les principaux axes routiers, ainsi que sur les ronds-points. L'impact est non seulement fort au niveau visuel, mais il peut également l'être en termes d'incidences vis-à-vis de la sécurité routière.

En conséquence, le règlement prévoit que les dispositifs scellés au sol ne pourront être implantés à moins de trente mètres du bord extérieur de la chaussée d'un carrefour giratoire extérieur. En complément, des règles d'interdistance entre deux dispositifs publicitaires sont également prévues dans la ZPR 2 (cf. ci-dessous) ;

##### • **l'homogénéisation des types de supports pour les publicités scellées ou posées au sol**

Il est apparu également une disparité dans la forme des supports aujourd'hui implantés pour ce type de publicité (sur deux pieds, en triangle, côte à côte...). Aussi, le règlement prévoit qu'un seul dispositif, de type "monopied", sera désormais autorisé.

##### • **la maîtrise les implantations de publicité lumineuse**

Conformément au code de l'environnement, le Maire examinera au cas par cas les demandes d'implantation de publicité lumineuse (qui connaissent un fort développement sur tout le territoire insulaire).

## 2- Dispositions applicables à la zone de publicité restreinte 1 (ZPR 1)

L'objectif principal, sur cette zone, qui correspond au périmètre de la ZPPAUP, est de protéger son patrimoine architectural et paysager remarquable.

Pour mémoire, la réglementation nationale interdit la publicité dans ce secteur. En conséquence, les principales mesures du présent chapitre ne concernent que la réglementation des enseignes. Les règles y sont par nature plus restrictives et détaillées que dans les autres zones.

Les principales mesures sont les suivantes :

### **• Les enseignes : des prescriptions visant au respect de l'harmonie du bâti et du paysage urbain**

- Une seule enseigne est autorisée par baie commerciale. Des prescriptions concernant leur emplacement et leur dimension sont explicitées de façon très détaillée ;

- Pour les enseignes en drapeau ou perpendiculaires à un mur, une seule est admise par façade sur rue ;

- Les enseignes scellées au sol sont totalement interdites. Les enseignes mobiles temporaires posées au sol (chevalets, potelets, mâts, structures ou volumes) sont interdites sur emplacement concédé du domaine public ou sur le domaine public. En effet, aujourd'hui, on constate que de tels dispositifs sont implantés de façon anarchique et très disparate, en particulier dans le centre historique et la rue Fesch. Outre leur impact visuel très négatif, ils peuvent également constituer une gêne pour la circulation des piétons.

### **• Une réintroduction maîtrisée et encadrée de la publicité**

La loi offre la possibilité, au moyen du règlement local, de réintroduire de la publicité dans les zones où elles sont en principe interdites.

Compte tenu du vaste périmètre de la ZPPAUP (77 hectares) et du caractère commercial et touristique du centre ville, il a été admis que le mobilier urbain pourra comporter de la publicité commerciale. Toutefois, cette réintroduction est fortement encadrée. Le mobilier urbain ne pouvant par nature être implanté que sur le domaine public, celui-ci est en conséquence obligatoirement soumis autorisation de la mairie. En outre, sa surface ne peut excéder 2m<sup>2</sup>.

## 3- Dispositions applicables à la zone de publicité restreinte 2 (ZPR 2)

Cette zone concerne les principaux axes routiers et les zones de chalandise, incluant également le secteur de la zone commerciale du Géant Casino, jusqu'à la sortie est de la ville. Les principales dispositions contenues dans ce périmètre visent à limiter et à encadrer la publicité, tout en tenant compte de la vocation de ce secteur à forte activité commerciale.

### **• Publicité hors mobilier urbain et mobilier urbain : des limitations en surfaces et en densité**

En complément des mesures de limitations précisées ci-dessus (dans la partie consacrée aux dispositions communes à toutes les zones), d'autres règles, plus restrictives que la réglementation nationale sont introduites, notamment au moyen d'une double limitation.

En surface, la publicité est limitée à 12m<sup>2</sup> par face, alors que la réglementation nationale permet d'aller jusqu'à 16 m<sup>2</sup> et en densité, une distance de 60 m minimum doit être respectée entre deux publicités, alors que la réglementation nationale ne prévoit aucune limitation.

#### • Enseignes

Des règles plus restrictives en nombre et en surface sont également prévues. Les enseignes en toiture ou scellées au sol sont limitées à un seul dispositif et le total des enseignes à plat ne doit pas excéder 20% de la façade commerciale.

En outre, la dimension des enseignes scellées au sol est également encadrée, ne pouvant dépasser une hauteur maximum de 6 m pour 1,20 m de large. Les enseignes en toiture ne peuvent quant à elles excéder le cinquième de la hauteur du mur qui la supporte, dans la limite de 2 m.

#### 4- Dispositions applicables à la zone de publicité restreinte 3 (ZPR 3)

Par défaut, cette zone est constituée de tous les autres secteurs agglomérés de la commune qui ne sont pas compris dans le périmètre de la ZPR1 et de la ZPR2.

#### • Publicité

A la différence de la ZPR2, il n'existe pas de règles de densité, mais la publicité hors mobilier urbain n'y est autorisée que sur le domaine public. Les autres règles, notamment de dimensions, demeurent identiques.

#### • Enseignes

Les enseignes perpendiculaires (en drapeau) sont plus strictement encadrées que dans la ZPR 2 et ne peuvent s'élever à plus de 3,50 m du sol.

Les dimensions relatives aux enseignes scellées au sol sont également plus restrictives, puisqu'elles sont limitées à une hauteur de 3,50 m, pour une largeur maximum de 3 mètres.

#### 5- Dispositions applicables à la zone de publicité autorisée (ZPA)

Cette zone est constituée par l'intérieur de l'emprise de l'aéroport (uniquement sur le côté gauche de la voie en direction de l'aéroport et non côté mer).

Compte tenu du caractère commercial du secteur aéroportuaire, il est apparu opportun pour la ville d'Ajaccio de réintroduire de la publicité et des enseignes en dehors de l'agglomération, sur cette zone très circonscrite. Les règles applicables aux publicités et enseignes sont en tous points soumises au même régime réglementaire que celui de la ZPR.

Enfin, toujours sur proposition du groupe de travail, le Maire d'Ajaccio a décidé de constituer un comité de suivi de la mise en œuvre du règlement en réunissant une fois l'an, les administrations, organismes et professionnels du secteur ayant participé à son élaboration.

**IL EST DEMANDE AU CONSEIL MUNICIPAL**

D'approuver le présent règlement local de publicité, ci-annexé.

**LES MEMBRES DU CONSEIL MUNICIPAL VOUDRONT BIEN EN DELIBERER.**

**LE CONSEIL MUNICIPAL**

**Ouï l'exposé de Marie-Pierre MOUSNY-PANTALACCI, adjointe déléguée,  
et après en avoir délibéré,**

Vu, la loi n°82.213 du 2 Mars 1982 modifiée portant droit et liberté de la Commune,  
Vu, la loi n°83.663 du 22 Juillet 1983 complétant la loi n°83.8 du 7 Janvier 1983 relative à la répartition des compétences entre les Communes, les Départements, les Régions et l'Etat,  
Vu, la loi du 19 Août 1986 portant dispositions diverses relatives aux collectivités locales,  
Vu le Code des collectivités territoriales ;  
Vu l'avis favorable de la commission municipale compétente en date du 27 mai 2011.

**DECIDE**

A l'unanimité de ses membres présents ou représentés.

D'approuver le présent règlement local de publicité, ci-annexé.

La présente délibération fera l'objet d'une publication au recueil des actes administratifs de la commune et d'un affichage en mairie.

.....  
**FAIT ET DELIBERE A AJACCIO, les jour, mois et an que dessus**  
**(suivent les signatures)**

**Pour extrait conforme**

**Le Député-Maire,**

**Simon RENUCCI**