

ALPES-MARITIMES

Publicité sur la façade classée du Carlton: Cannes priée de sévir

BFMTV pour L'Express, publié le 25/06/2018 à 18 h 06



La municipalité des Alpes-Maritimes a un délai de 31 jours pour agir, sans quoi l'Etat peut se substituer à elle pour intervenir directement auprès de l'établissement.

Comme il en avait pris l'habitude depuis maintenant plusieurs années, le très luxueux et réputé hôtel Carlton de Cannes louait de grands emplacements publicitaires éclairés sur sa façade. Seul problème, cette dernière, de style Belle Epoque, est classée, ce qui a le don d'agacer les autorités régionales.

"On a passé des messages forts à la mairie de Cannes pour mettre de l'ordre", a indiqué à l'AFP Serge Castel, Directeur départemental des territoires et de la mer (DDTM). Après un courrier de l'architecte des bâtiments de France, révélé par le site [Médiapart](#), c'est au tour de la préfecture des Alpes-Maritimes de hausser le ton.

"Faute de réponse dans les 31 jours, l'Etat peut se substituer au maire et fera ce qu'il a à faire. Ça peut aller très loin et même être du pénal", a précisé Serge Castel. "Il y a quelques ouvertures (dans le règlement cannois) mais ce n'est pas permanent" et "il y a sûrement des équipements qui ne sont pas aux normes", a-t-il ajouté.

"Tolérance d'usage"

Les autorités ne sont pas les seules à s'alarmer de cette dégradation du paysage méditerranéen. Pour l'association **Paysages de France**, la coupe est pleine: "On est devant une violation flagrante. Ca s'était considérablement aggravé pour devenir un énorme business où l'on vend des m2 en complète illégalité", explique **Pierre-Jean Delahousse, porte-parole.**

"La publicité est considérée comme une pollution et plus un lieu est sensible du point de vue environnemental ou patrimonial, plus il est protégé", rappelle-t-il.

Concernant le Carlton, devenu propriété qatarie en 2014, "il ne s'agit pas d'un bâtiment en réfection et il n'est donc pas habilité à mettre de la publicité car le code de l'environnement interdit la publicité sur les monuments historiques, sans dérogation possible", ajoute-t-il.

Interrogée par l'AFP, la mairie de Cannes a rappelé qu'il y avait une tolérance d'usage depuis les tout premiers festivals de cinéma, "une sorte de coutume", tout en assurant qu'elle allait intervenir. Quant au Carlton, il a bloqué l'accès internet à sa filiale spécialisée CarltonAdvertising, dont la régie publicitaire FSO, l'imprimeur Riccobono et l'organisateur de salons Reed Midem étaient partenaires, selon Mediapart.