

## De la pub sur la façade du Carlton : la mairie de Cannes priée de sévir

Publié le 25/06/2018 à 18 h 09 par [SudOuest.fr](http://SudOuest.fr) avec AFP.



*L'hôtel Carlton est passé sous gestion qatarie en 2014.  
VALERY HACHE AFP*

### **LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT INTERDIT LA PUBLICITÉ SUR LES IMMEUBLES CLASSÉS MONUMENTS HISTORIQUES.**

La mairie de Cannes a été priée de sévir auprès de l'hôtel Carlton qui a pris l'habitude de louer **de grands emplacements publicitaires éclairés** sur sa façade Belle Époque classée, [notamment pendant le festival de cinéma](#).

"On a passé des messages forts à la mairie de Cannes pour mettre de l'ordre", a indiqué Serge Castel, directeur départemental des territoires et de la mer (DDTM).

### **"Un énorme business"**

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. Ca 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.

Pour l'association [France Paysages](#), 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.

## **Tolérance d'usage**

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.

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.