

Département du Var

Commune de La Garde

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation



Version arrêtée



SOMMAIRE

Introduction.....	4
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	7
1. La notion d'agglomération.....	7
2. La notion d'unité urbaine.....	8
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire	9
a) Les interdictions absolues	9
b) Les interdictions relatives	12
4. Les règles applicables au territoire.....	13
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes	13
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	26
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes	27
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires	34
e) La réglementation locale.....	36
5. Régime des autorisations et déclarations préalables	39
1) L'autorisation préalable	39
2) La déclaration préalable	39
6. Les compétences en matière de publicité extérieure	40
7. Les délais de mise en conformité	41
II. Diagnostic du parc d'affichage	42
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes.....	42
2. Les infractions relevées	47
3. Les caractéristiques des enseignes	67
4. Les infractions relevées	73
III. Problématiques en matière de publicité extérieure	96
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	109
1. Les objectifs	109
2. Les orientations	110
V. Justification des choix retenus	112

1.	Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	112
2.	Les choix retenus en matière d'enseignes.....	116

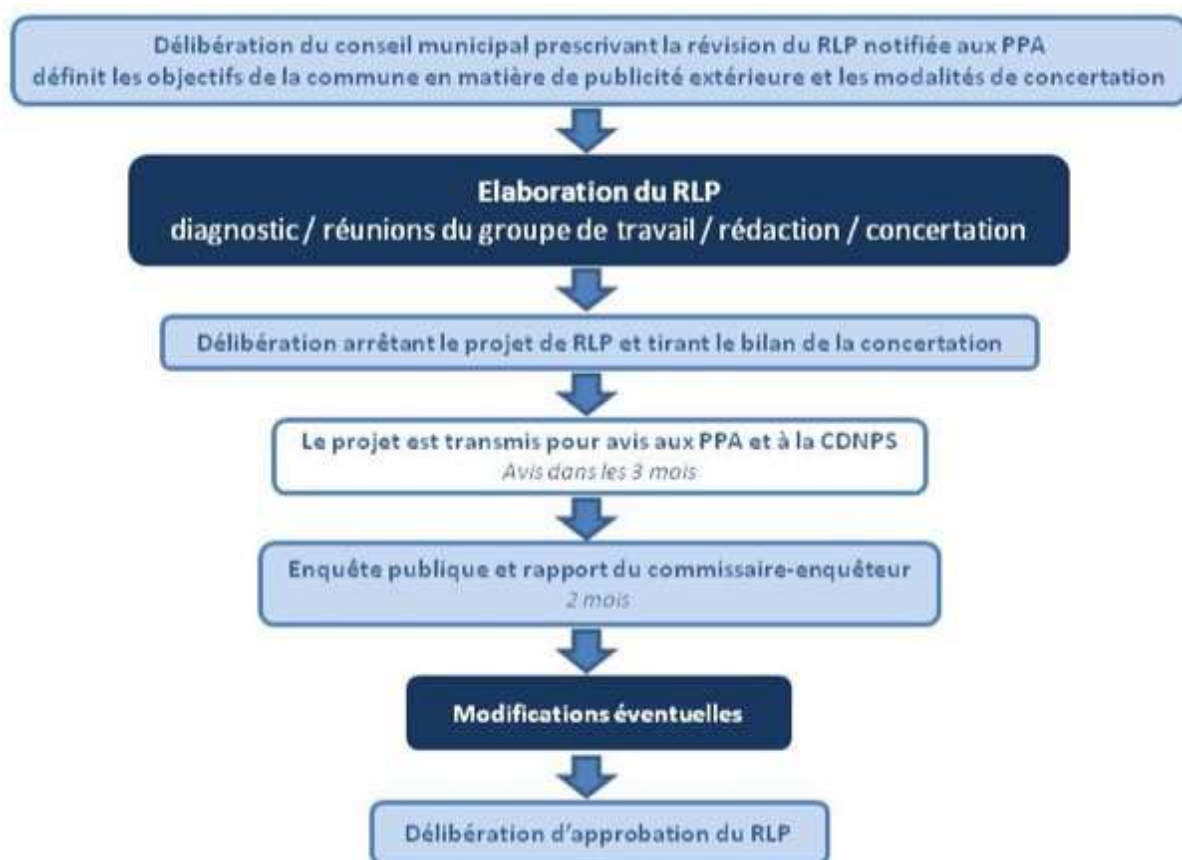
Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise à concilier liberté d'expression¹ et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979.

Parmi les évolutions de la réglementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions notamment financières ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.



Différentes phases de la procédure d'élaboration d'un RLP

La loi ENE a intégralement refondée les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés

¹ L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

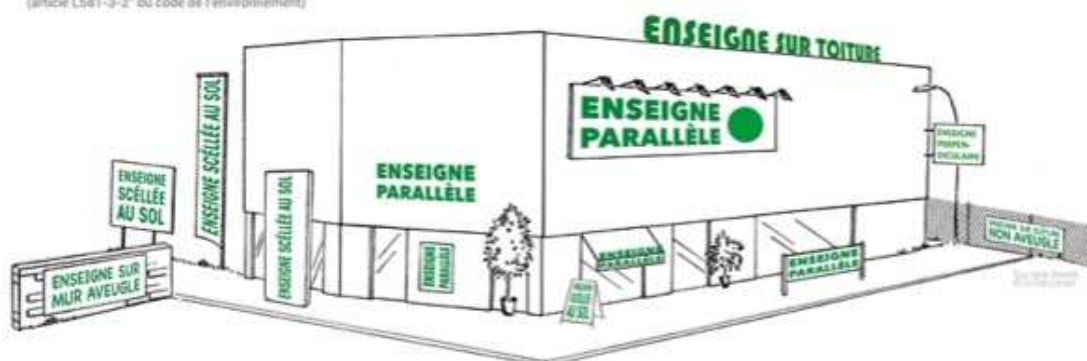
- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.

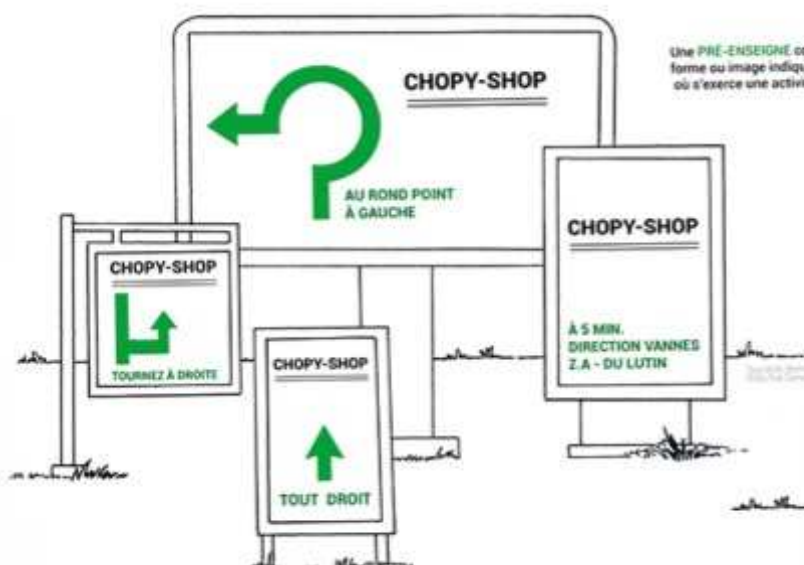
Une **PUBLICITÉ** est toute, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
(article L581-3-1° du code de l'environnement)



Une **ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
(article L581-3-2° du code de l'environnement)



Une **PRÉ-ENSEIGNE** constitue toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

La commune de La Garde est située dans le département du Var, à l'est de la commune de Toulon. Elle compte 25 145 habitants².

La commune fait également partie de la Métropole de Toulon Provence Méditerranée (TPM) qui regroupe 12 communes :

Carqueiranne

La Crau

La Garde

Hyères-les-Palmiers

Ollioules

Le Pradet

Le Revest-les-Eaux

Saint-Mandrier-sur-Mer

La Seyne-sur-Mer

Six-Fours-les-Plages

Toulon

La Valette-du-Var

La Métropole de Toulon Provence Méditerranée compte à ce jour plus 420 000 habitants.

1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R110-2 du code de la route, une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite³. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité⁴, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles,
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.

² Données démographiques issues du recensement 2014 de l'INSEE

³ Article L581-7 du code de l'environnement

⁴ Article L581-19 du code de l'environnement

2. La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune forme l'unité urbaine de Toulon avec les 27 communes voisines qui la compose. Cette unité urbaine compte 565 951 habitants⁵.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes⁶ entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

⁵ : Données démographiques issues du recensement 2014 de l'INSEE

⁶ il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

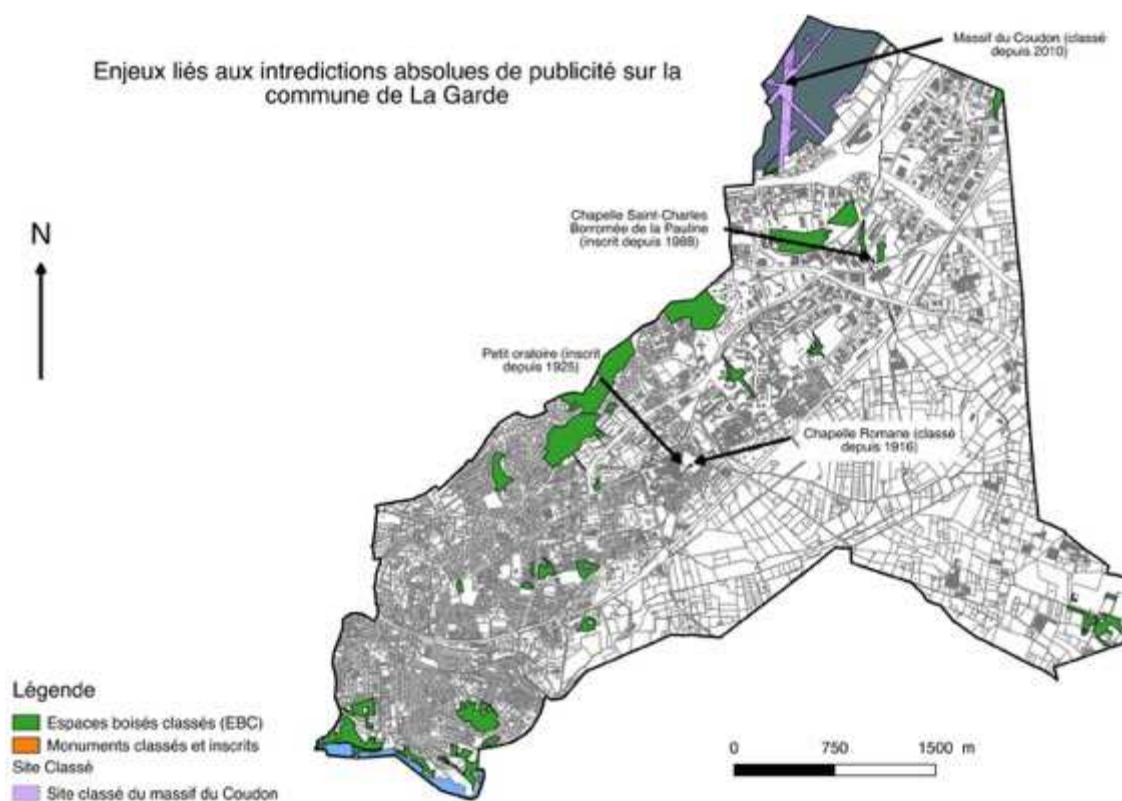
a) Les interdictions absolues⁷

La commune de La Garde est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur les monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques. En l'espèce, cette interdiction s'applique à la Chapelle Romane, classée depuis 1916, le petit oratoire (transféré face à la Chapelle Romane), inscrit depuis 1925 et la Chapelle Saint-Charles Borromée de la Pauline, inscrite depuis 1988.

L'interdiction absolue de publicité s'applique également au site classé, et plus particulièrement le site classé du massif du Coudon, classé depuis 2010.

L'interdiction absolue de publicité s'étend également sur les arbres.

Les interdictions absolues de publicité posées par le code de l'environnement ne peuvent pas être levées par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire.



⁷ Article L581-4 du code de l'environnement



D'autres immeubles présentent un caractère esthétique, historique ou pittoresque notamment en centre-ville. Ils peuvent faire l'objet d'une protection particulière. En effet, le maire peut prendre un arrêté protégeant ces immeubles de la même manière que les immeubles inscrits ou classés⁸.

La publicité est également interdite :

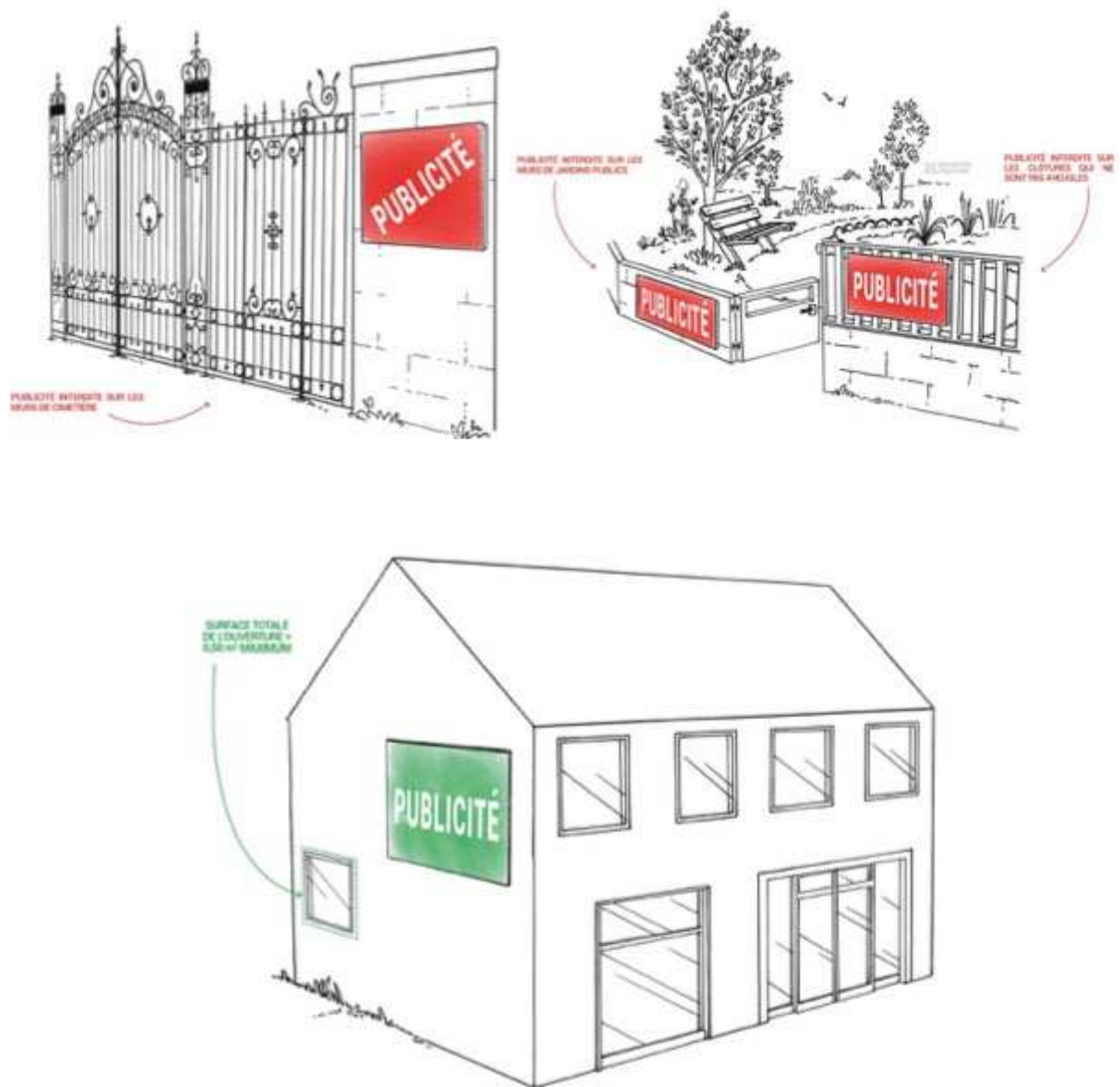
1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;

⁸ Article L581-4 2° du code de l'environnement

- 3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
 4° Sur les murs de cimetière et de jardin public⁹.



⁹ Article R581-22 du code de l'environnement

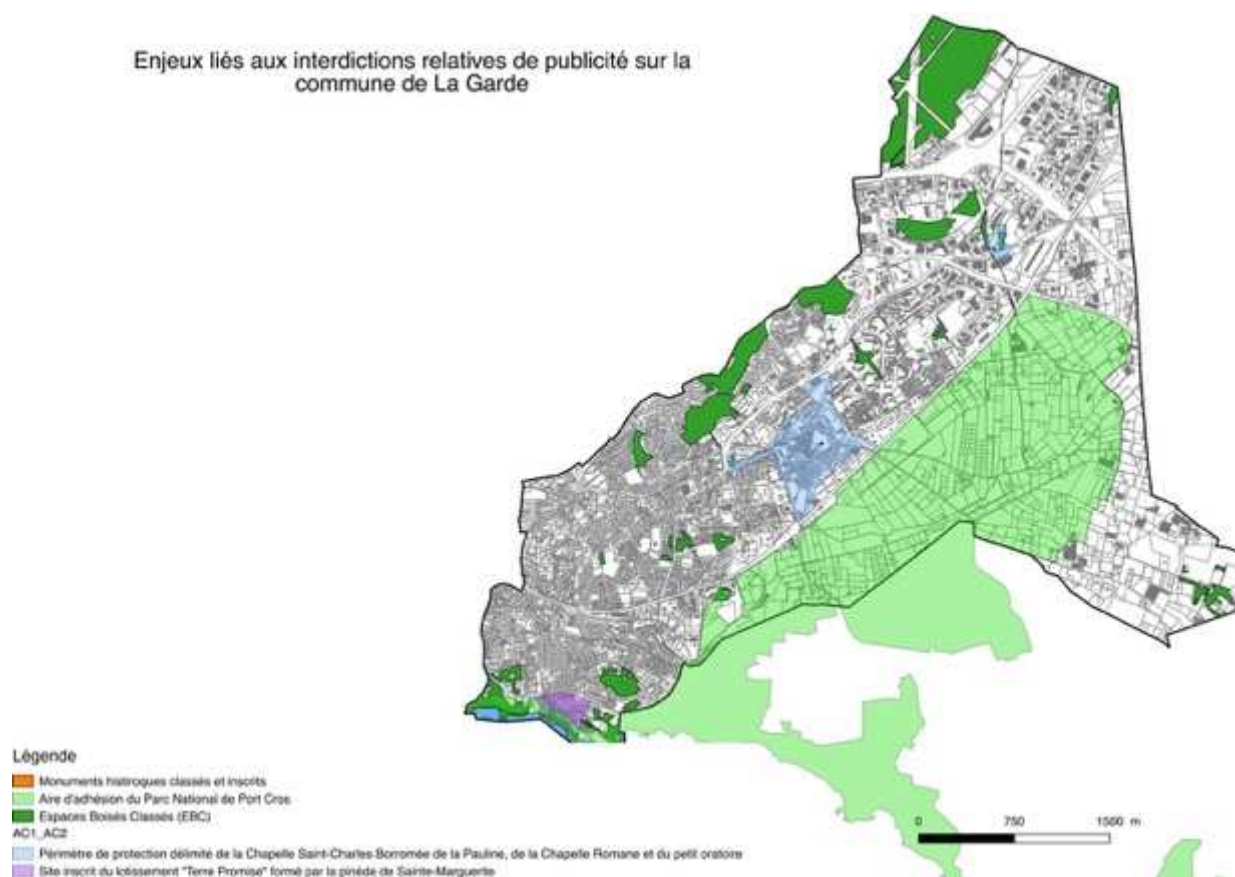
b) Les interdictions relatives¹⁰

Contrairement aux interdictions absolues de publicité, les interdictions relatives peuvent être levées par l'instauration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) sur le territoire.

La commune de la Garde est concernée par l'interdiction relative aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016¹¹ « *la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative*¹² ». En l'espèce cette protection s'applique au périmètre délimité autour de la Chapelle Romane et à la Chapelle saint-Charles de Borromée.

L'interdiction relative de publicité s'applique également au site inscrit, et plus précisément au site inscrit des terrains du lotissement « *Terre Promise* » formés par la pinède de Saint-Marguerite, inscrit depuis 1935.

Enfin cette interdiction relative de publicité s'étend à l'aire d'adhésion des parcs nationaux, et plus particulièrement à l'aire d'adhésion du parc national de Port Cros.



¹⁰ Article L581-8 du code de l'environnement

¹¹ : Loi n°2016_925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016.

¹² : Article L.621-30 du code du patrimoine

4. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent¹³.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹⁴ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

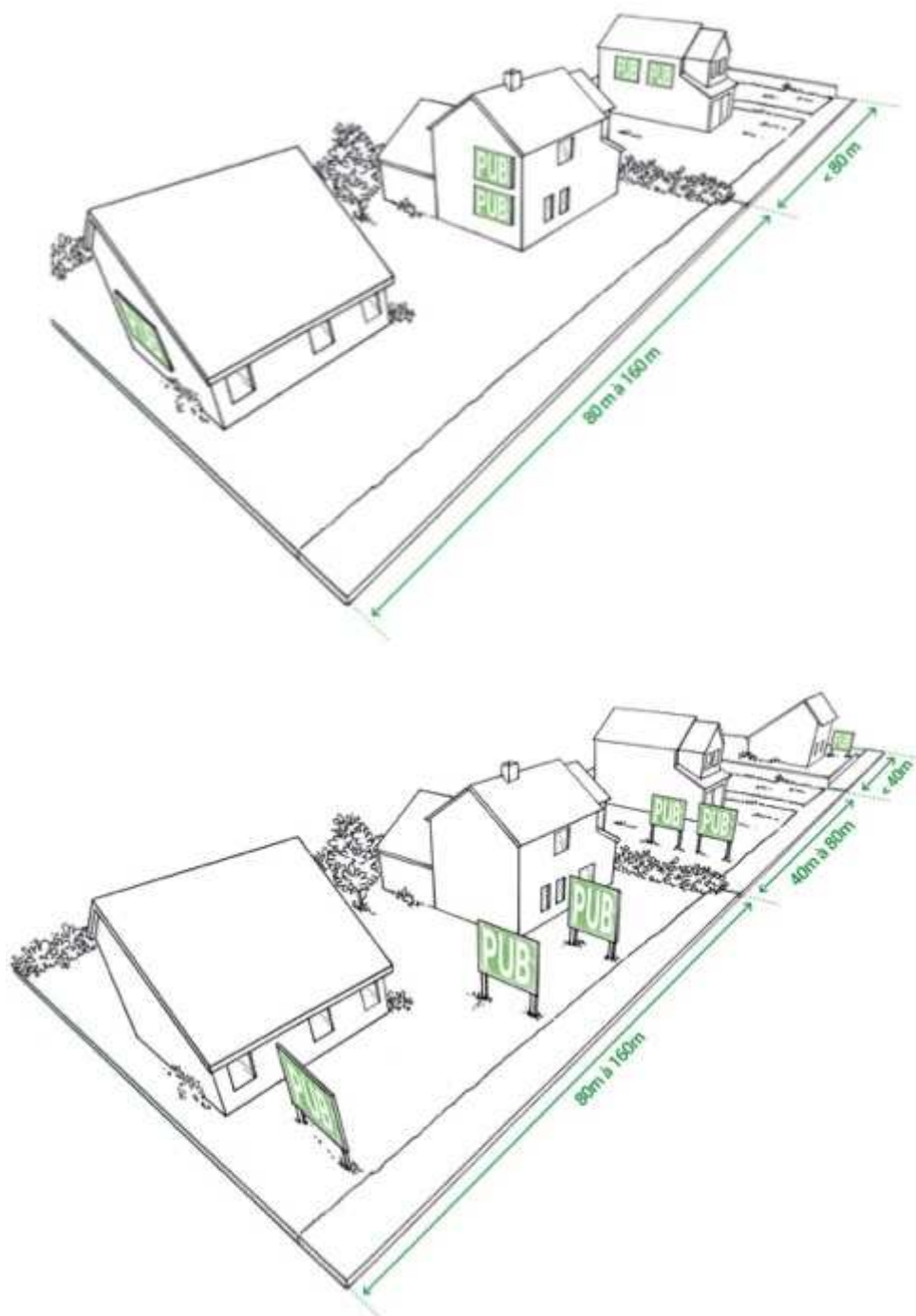
- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

¹³ Article R581-24 du code de l'environnement

¹⁴ Article R581-25 du code de l'environnement



II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.
Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

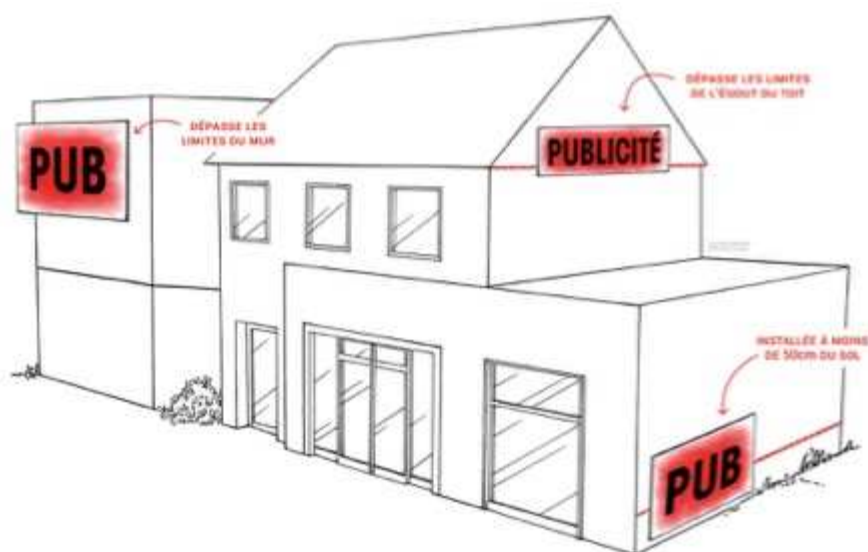
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5 \text{ m}$

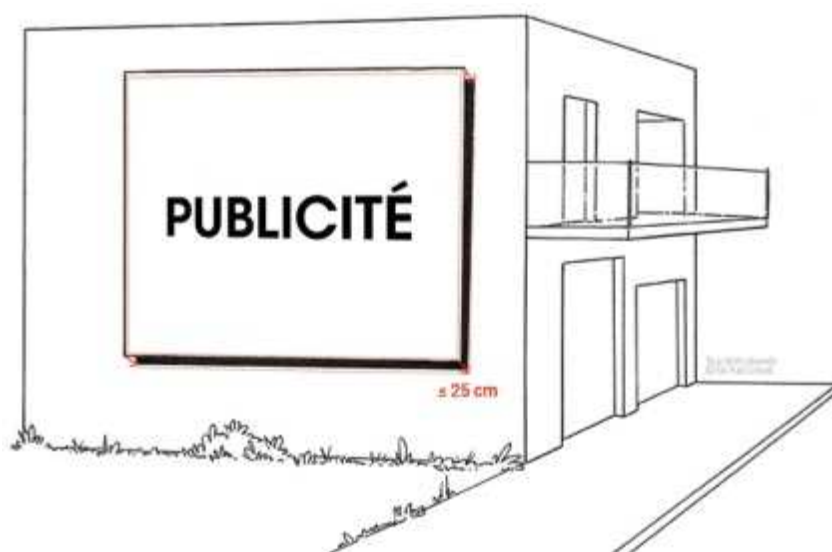
Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- Être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépasser les limites du mur qui la supporte,
- Dépasser les limites de l'égout du toit,
- Être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.



Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

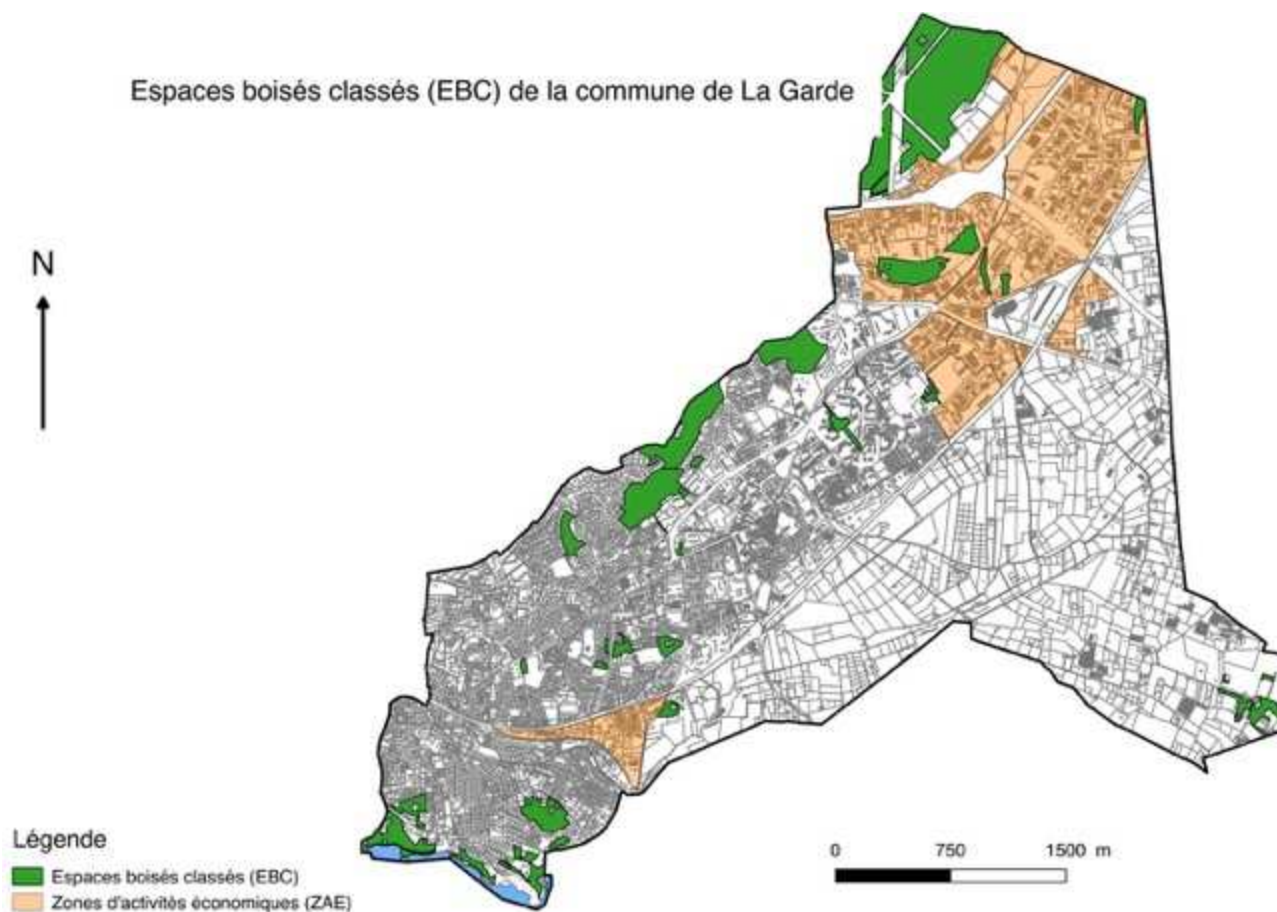
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m

Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

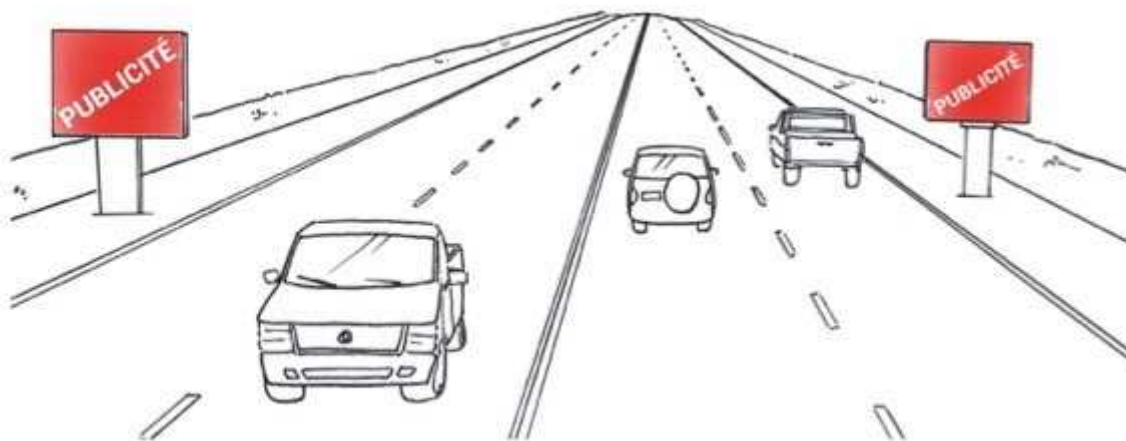
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés¹⁵,

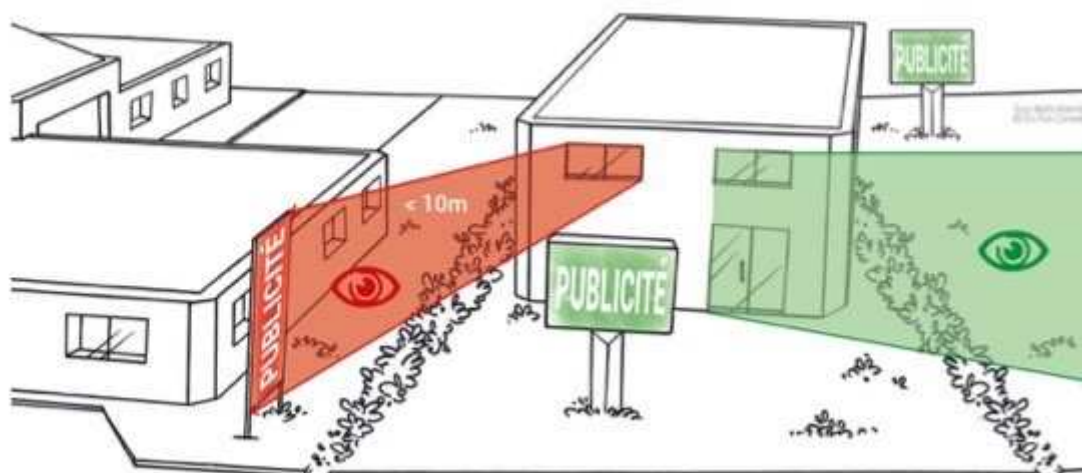


¹⁵ Article L130-1 du code de l'urbanisme

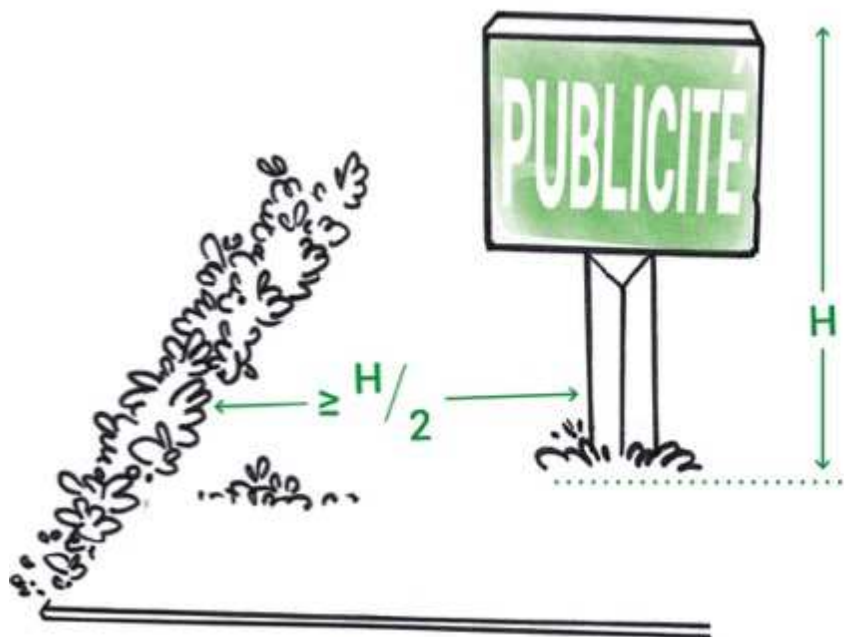
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁶.

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

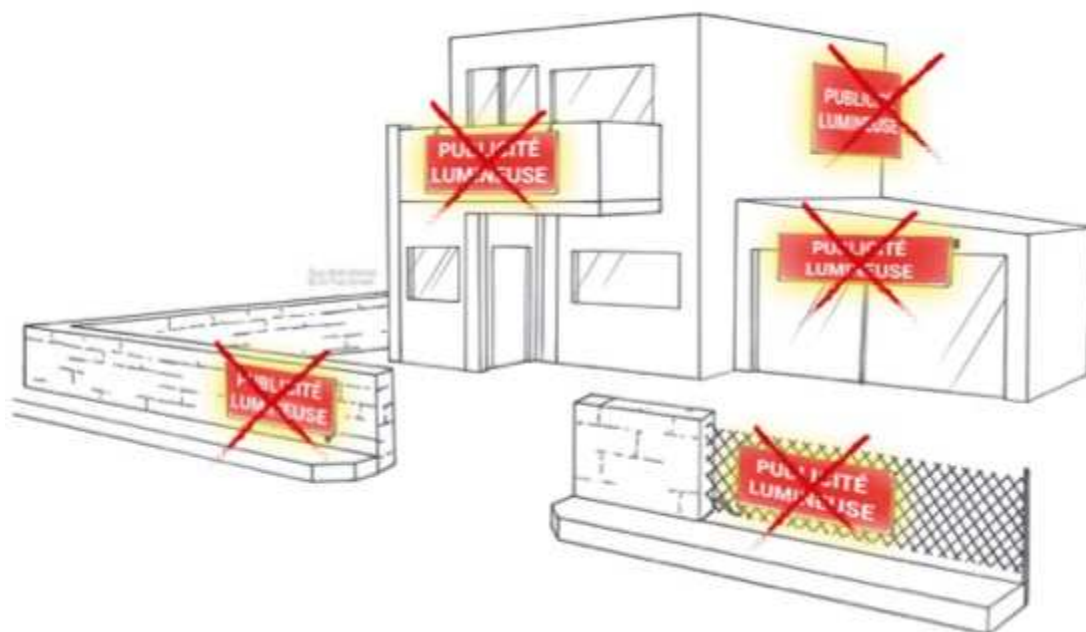
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

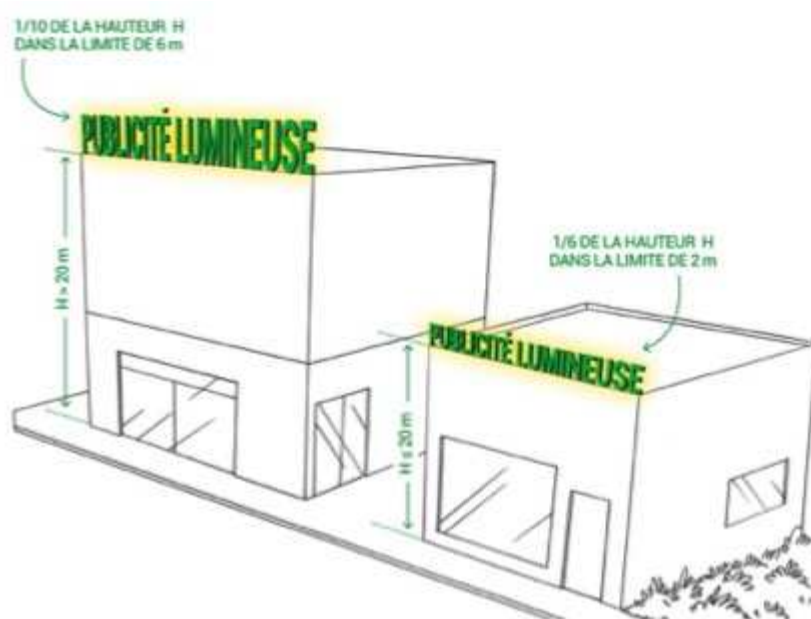
- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.

¹⁶ arrêté ministériel non publié à ce jour



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade > 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁷, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence ;
- Numérique.

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux, en l'espèce le parc national de Port Cros.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

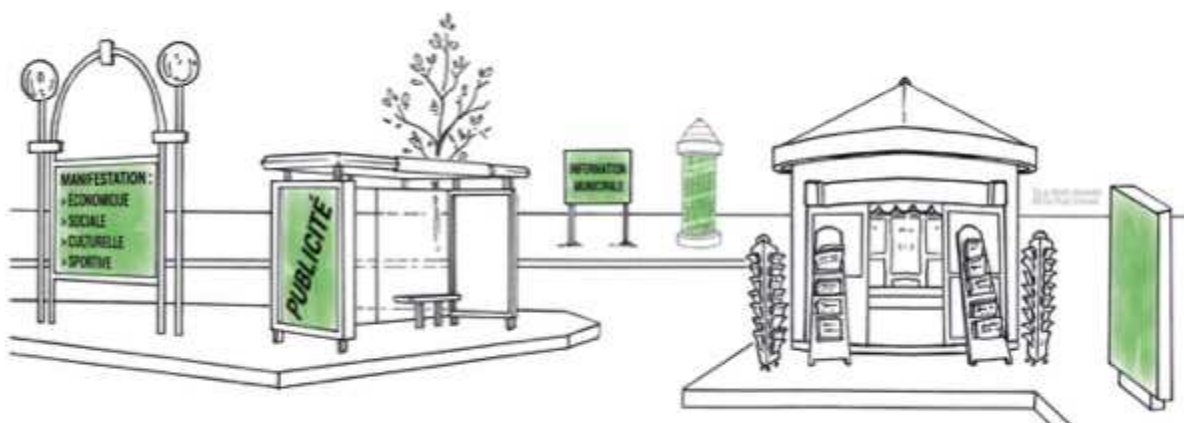
- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;

¹⁷ arrêté ministériel non publié à ce jour

- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- Si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$.
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques,	Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m^2 si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

- 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

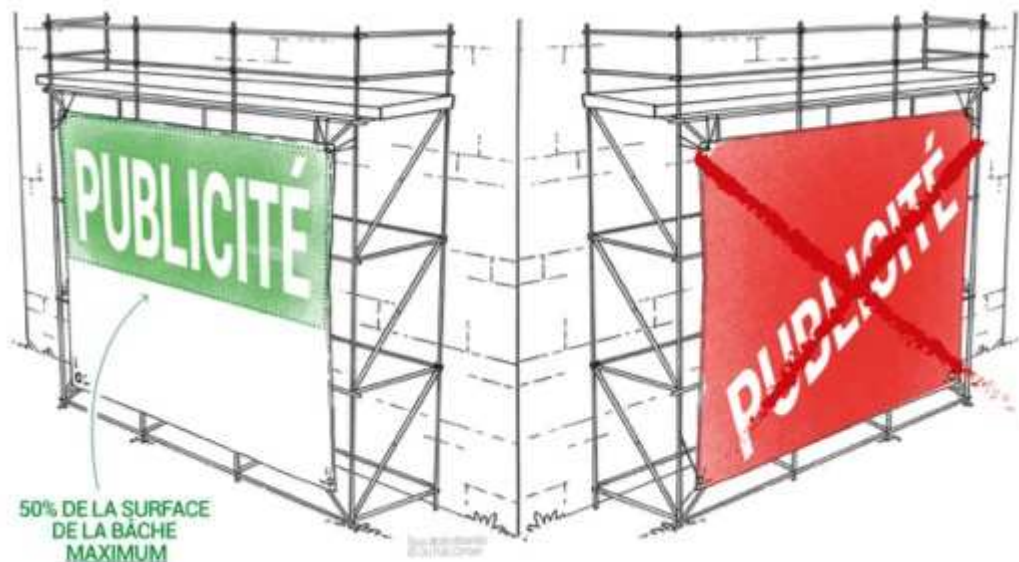
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier $\leq 50\%$ de la surface de la bâche¹⁸

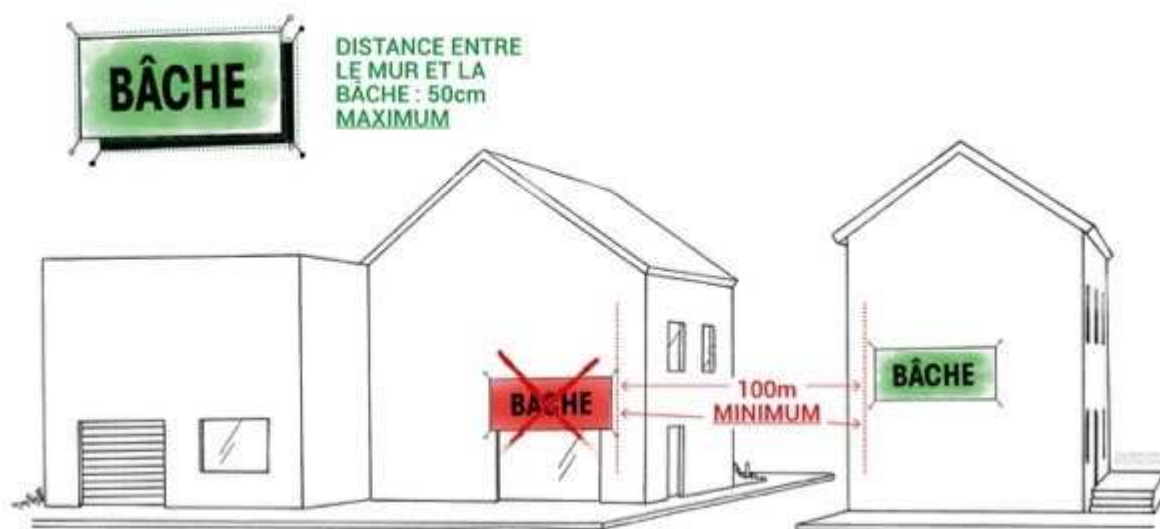


¹⁸ l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

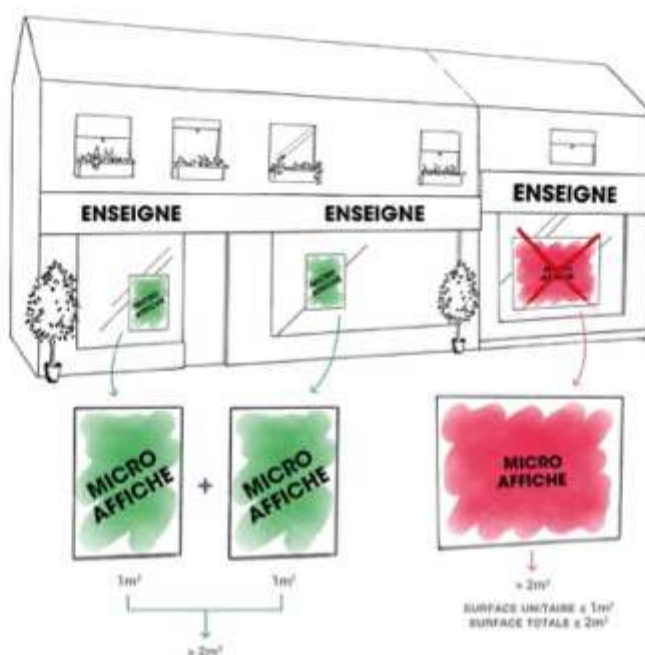
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



Comme pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles, les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales doivent notamment être installés à plus de 50 cm du niveau du sol. `

Les publicités sur les véhicules terrestres¹⁹ ainsi que sur les eaux intérieures²⁰ sont également réglementées par le code de l'environnement.

¹⁹ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

²⁰ Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles,
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomération de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

- Constituée par des matériaux durables,
- Maintenu en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

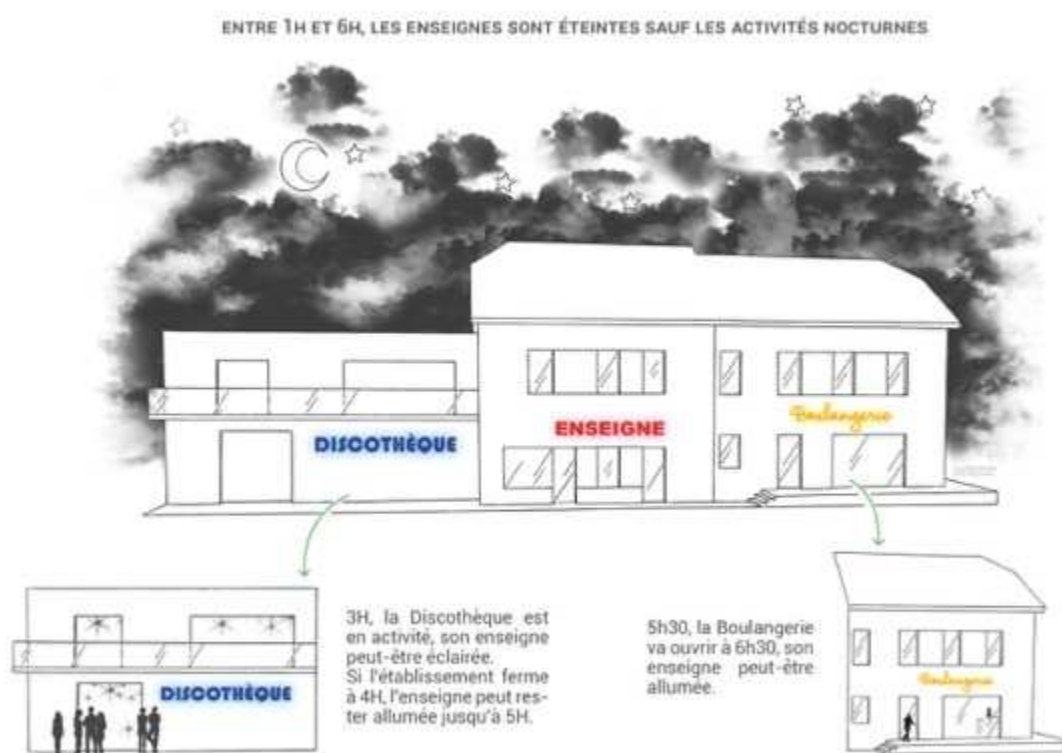
Les enseignes lumineuses

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel²¹.

Elles sont éteintes²² entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

²¹ arrêté non publié à ce jour

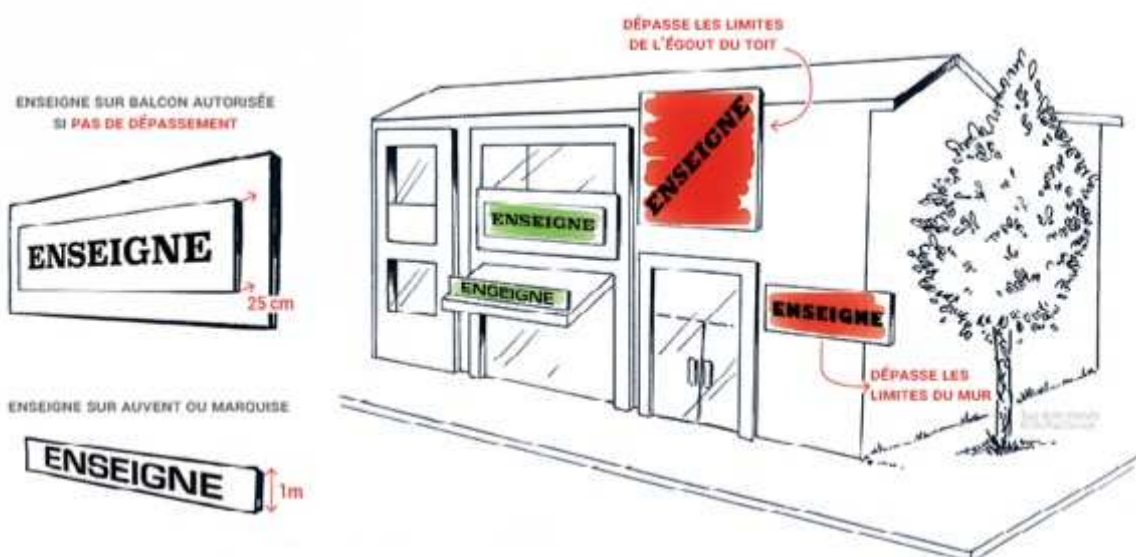
²² l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

Elles ne doivent pas :

- Dépasser les limites de ce mur
- Constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm
- Dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées :

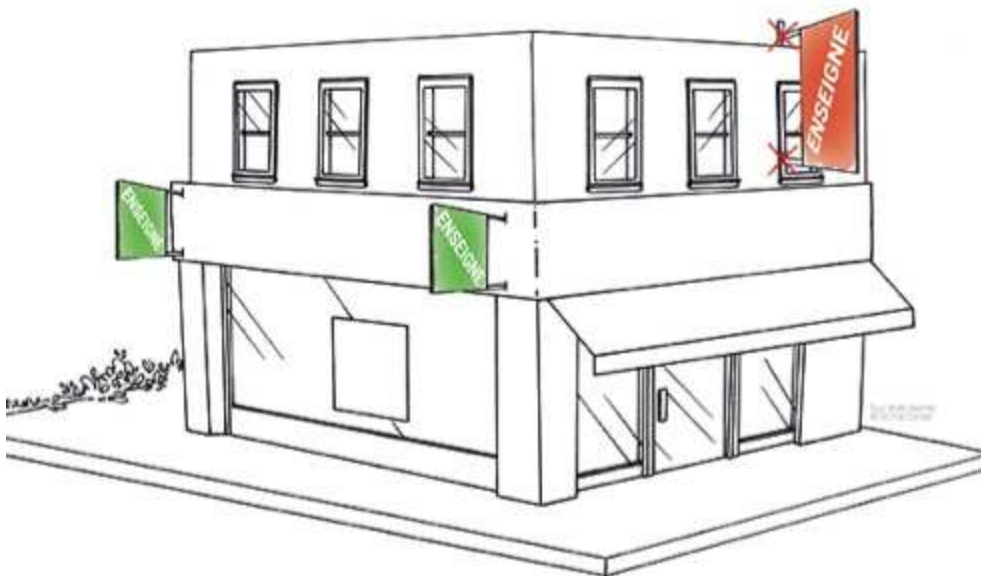
- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- Dépasser la limite supérieure de ce mur,
- Être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- Constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

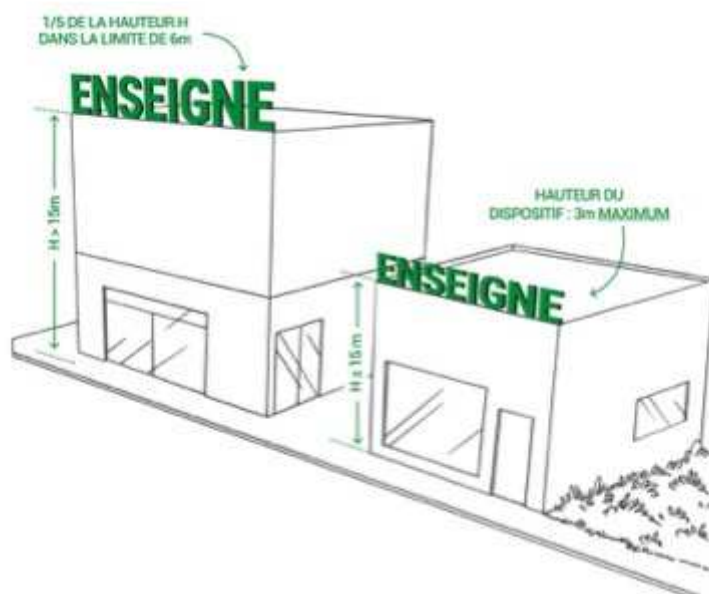


Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

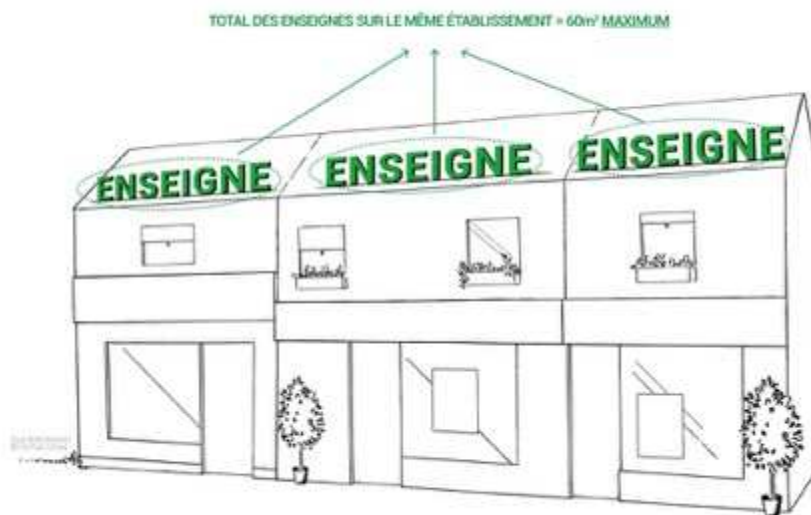
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



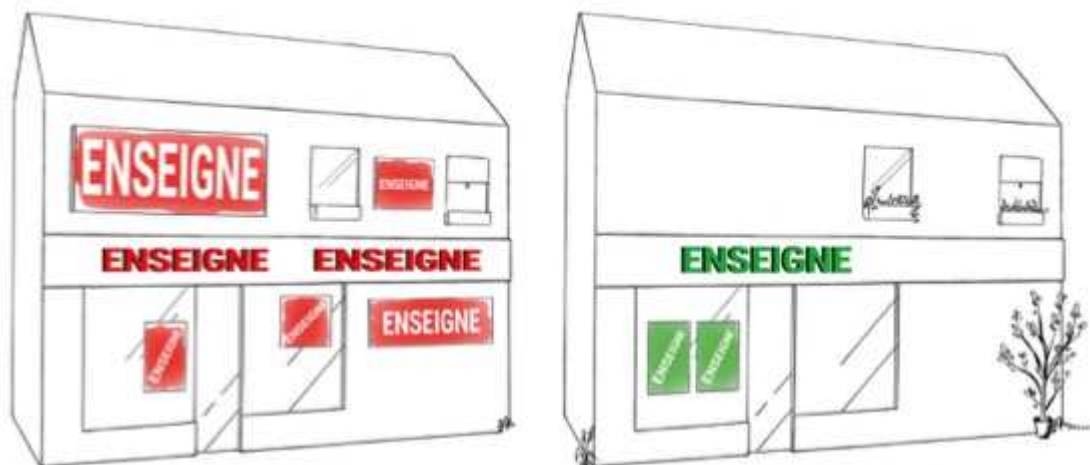
Surface cumulée²³ des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²



Les enseignes apposées sur une façade commerciale

²³ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée²⁴ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².



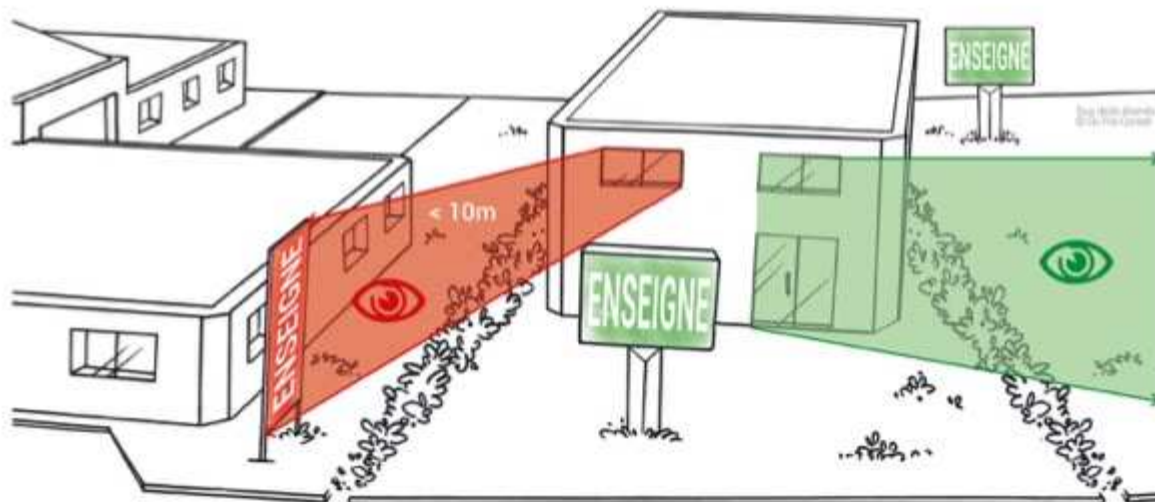
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



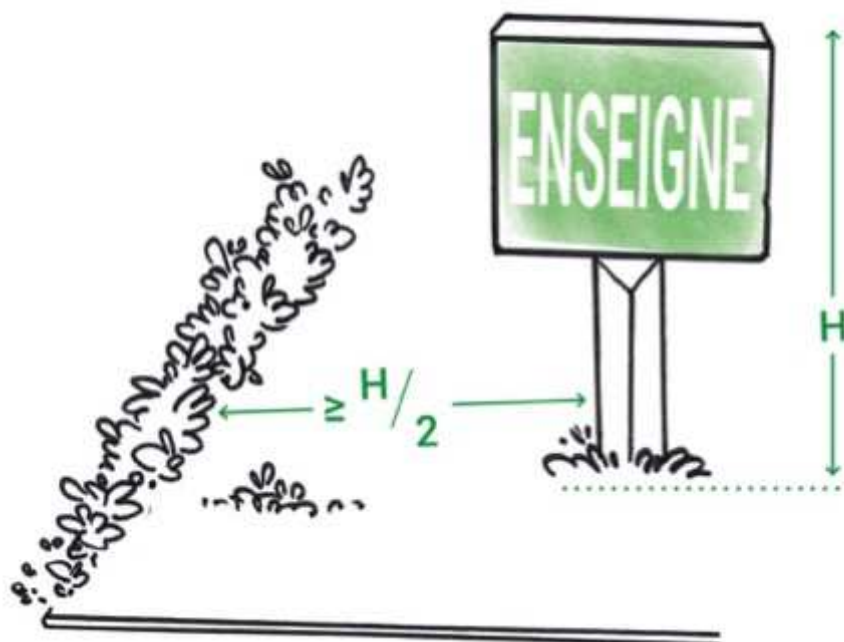
Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

²⁴ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

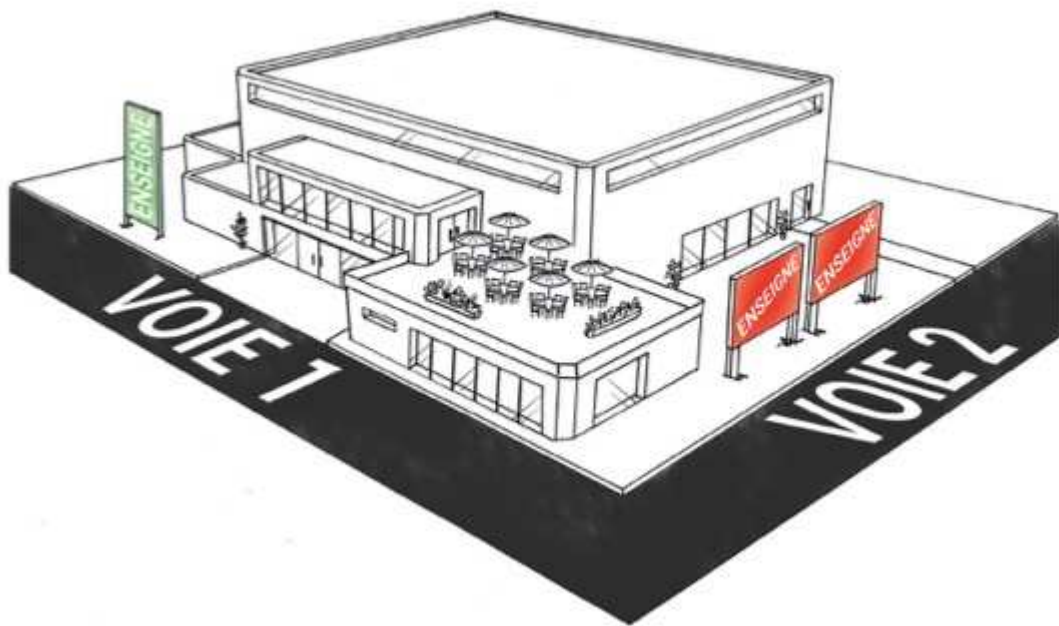
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



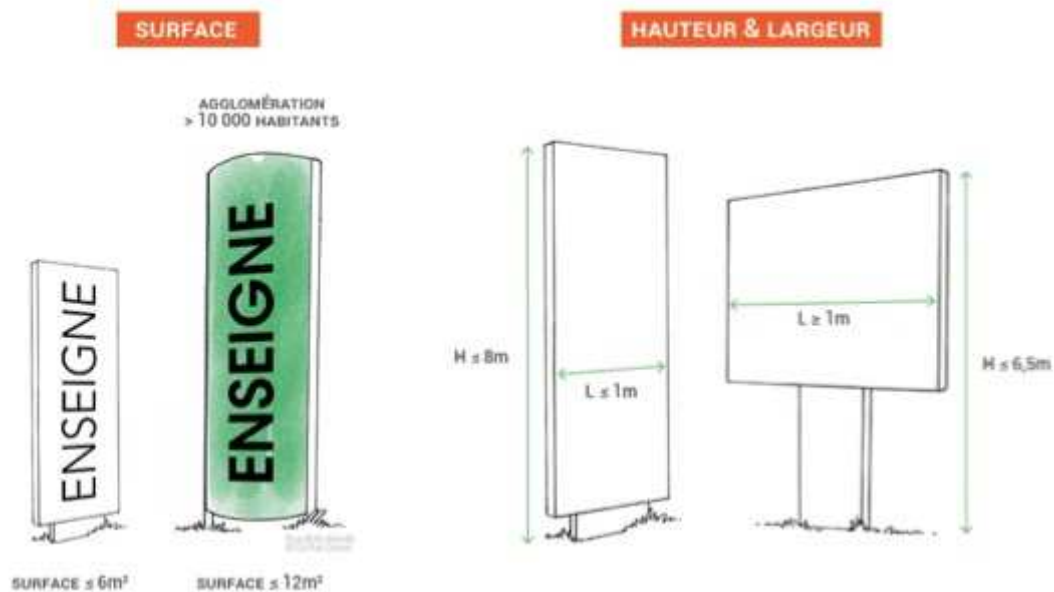
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m^2 , scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m^2 . Elle est portée à 12 m^2 dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes²⁵ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel²⁶.

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie ≤ 25 cm
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines

²⁵ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

²⁶ arrêté non publié à ce jour

- Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ (si 2° alinéa)

e) La réglementation locale

La commune de La Garde dispose, depuis le 26 avril 1985, d'un RLP. Il s'agit d'un RLP dit de « *première génération* », c'est-à-dire conforme à l'ancienne réglementation régit par la loi de 1979 sur la publicité extérieure. La nouvelle réglementation issue de la Loi Grenelle II, impose aux communes la révision de leur RLP « *première génération* » avant juillet 2020 sous peine de caducité de celui-ci. Du fait de la révision de ce document engagé par la commune de La Garde, celui-ci devra respecter la nouvelle réglementation et notamment supprimer les zones de publicité autorisées (ZPA), les zones de publicité restreintes (ZPR) et les zones de publicité élargies (ZPE) initialement permises par l'ancienne réglementation. Le code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national*²⁷ ».

Afin de réglementer la publicité extérieure sur son territoire, la commune a institué plusieurs zones de publicités :

- Un secteur sauvegardé qui couvre les voies suivantes : Rue Pierre Curie, Rue du Docteur Baissade, Rue Estienne d'Orves, Chemin des Ferrages, Avenue Roger Solengro, Avenue Baptistin Autrain ;
- Une Zone de Publicité Restreinte (ZPR) qui couvre principalement l'agglomération, en dehors du secteur sauvegardé.
- Une Zone de Publicité Autorisée (ZPA) qui couvre les voies suivantes, d'une part et d'autres : l'Avenue Jean De Lattre De Tassigny, la RN93, RN97, l'Avenue Draguignan et l'ancien C.D 67.
- Des Zones de Publicité Elargie (ZPE) qui seront créées à titre exceptionnel et temporaire sur le territoire communal lorsque celui-ci accueille une « *animation à caractère commerciale ou culturelle* ». A ce titre, le RLP précise que ces zones de publicité feront l'objet d'une réglementation spéciale en fonction de l'animation projetée.

Chacune de ces zones s'est vue appliquer une réglementation particulière en matière de publicités, enseignes et préenseignes.

A ce titre, la rédaction du RLP laisse à penser que seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans le secteur sauvegardé, à condition qu'elle soit soumise à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), tout comme l'installation d'enseignes. Il semble que ce secteur sauvegardé relève d'une ZPR spécifique dans laquelle une réglementation très stricte est appliquée dans le but de préserver le cœur de ville et plus précisément les abords de la Chapelle Romane, classée depuis 1916.

Une disposition générale sur le mobilier urbain, précise qu'il est admis sur l'ensemble du territoire y compris hors agglomération. Cette affirmation est incorrecte car la publicité quel qu'elle soit est interdite hors agglomération, et cette interdiction s'étend également au mobilier urbain. Ensuite le RLP distingue le mobilier urbain faisant l'objet d'une convention et le mobilier urbain qualifié « d'utile » (abris bus, planimètre, etc.). Cette distinction est impossible

²⁷ : Article L.581-14 du Code de l'environnement.

car elle est contraire au respect des règles de concurrence. Le mobilier urbain pourra faire l'objet d'une adaptation locale dans le future RLP, si c'est le souhait de la commune.

La rédaction de l'article 8 – 1 du RLP relatif aux publicités suggère que seuls les dispositifs portatifs (scellés au sol ou installés directement sur le sol), sont réglementés par le RLP. Quel que soit leur zone d'implantation, ces dispositifs sont limités à : 4,20 mètres de largeur, 3, 20 mètres de hauteur, 6 mètres de hauteur au-dessus du niveau du sol, soit une surface maximale autorisée de 13,44 mètres carrés, contre 16 mètres carrés possible avec la loi de 1979 applicable à l'époque. Pour les publicités apposées sur mur, seule leur hauteur au sol est limitée à 7 mètres.

Le RLP distingue les règles applicables aux publicités et aux préenseignes, cette distinction n'est désormais plus possible. Le code de l'environnement rappelle dans son article L.581-19 que « *les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité* »²⁸. En l'espèce, le RLP semble faire référence aux actuelles préenseignes dérogatoires dont l'installation est possible en et hors agglomération. Le RLP fixe, pour les préenseignes, dans la ZPR, les limitations suivantes : Ne pas dépasser 0,15 mètre de largeur, 0,75 mètre de hauteur et 0,12 mètre de hauteur maximale de lettrage.

Ces préenseignes sont limitées à 0,20 mètre de largeur, 0,75 mètre de hauteur et 0,15 mètre de hauteur maximale de lettrage, dans la ZPA.

Le RLP précise également que ces dispositifs ne peuvent pas être implantés à moins de 5 mètres des panneaux réglementaire de signalisation routière, ni se trouver dans le champ de vision directe entre ceux-ci.

Enfin, le RLP encadre les enseignes. Il interdit notamment les enseignes avec de la publicité. Il s'agit d'une catégorie inexistante au regard des définitions posées par le code de l'environnement. Soit il s'agit d'un dispositif qui signale l'activité ou un produit vendu par l'activité sur lequel il est implanté (c'est une enseigne) soit, il s'agit d'un dispositif qui signale une activité ou un produit vendu par une activité sans qu'il soit implanté sur cette activité (c'est une publicité ou une préenseigne s'il y a une indication de direction).

Le RLP encadre spécifiquement les enseignes perpendiculaires au mur et notamment leur empiètement. Celui-ci ne pourra dépasser :

- 0,25 mètre à l'intérieure de l'aplomb de la bordure du trottoir ;
- 2,20 mètre au-dessus du niveau du sol.

Le RLP rappelle également que les couleurs vives sont interdites pour les enseignes et les préenseignes pour permettre plus de sécurité routière.

Le RLP actuellement en vigueur sur le territoire de La Garde doit être l'un des premiers RLP élaborés suite à la mise en place de la réglementation sur la publicité extérieure. En effet, les décrets d'application de la loi de 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes ont été adoptés au plus tard en février 1982. Cette élaboration précoce explique que le RLP mette en place des règles globalement peu contraignantes et n'encadre pas l'ensemble des dispositifs relevant de la publicité extérieure. En effet, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est limitée en termes de surface et de hauteur, les enseignes perpendiculaires sont encadrées afin de maîtriser l'empiètement de ces dispositifs et les préenseignes sont également limitées en hauteur et largeur.

²⁸ : Ancien article 18 de la loi de 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

5. Régime des autorisations et déclarations préalables

1) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- Les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- Les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

2) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

7. Les délais de mise en conformité

Le Code de l'environnement prévoit différents délais de mise en conformité en fonction du type de dispositifs concernés (publicité, préenseignes et enseignes) et en fonction de l'infraction constatées :

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de Juillet 2015.	Délais de 2 ans suite à l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité immédiate pour les infractions qui existaient déjà dans la réglementation de 1979 (ancienne réglementation de la publicité extérieure) OU Mise en conformité pour le 1 ^{er} Juillet 2018 dans le cas des « nouvelles » infractions instaurées par la réglementation de 2012.	Délais de 6 ans suite à l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

II. Diagnostic du parc d'affichage

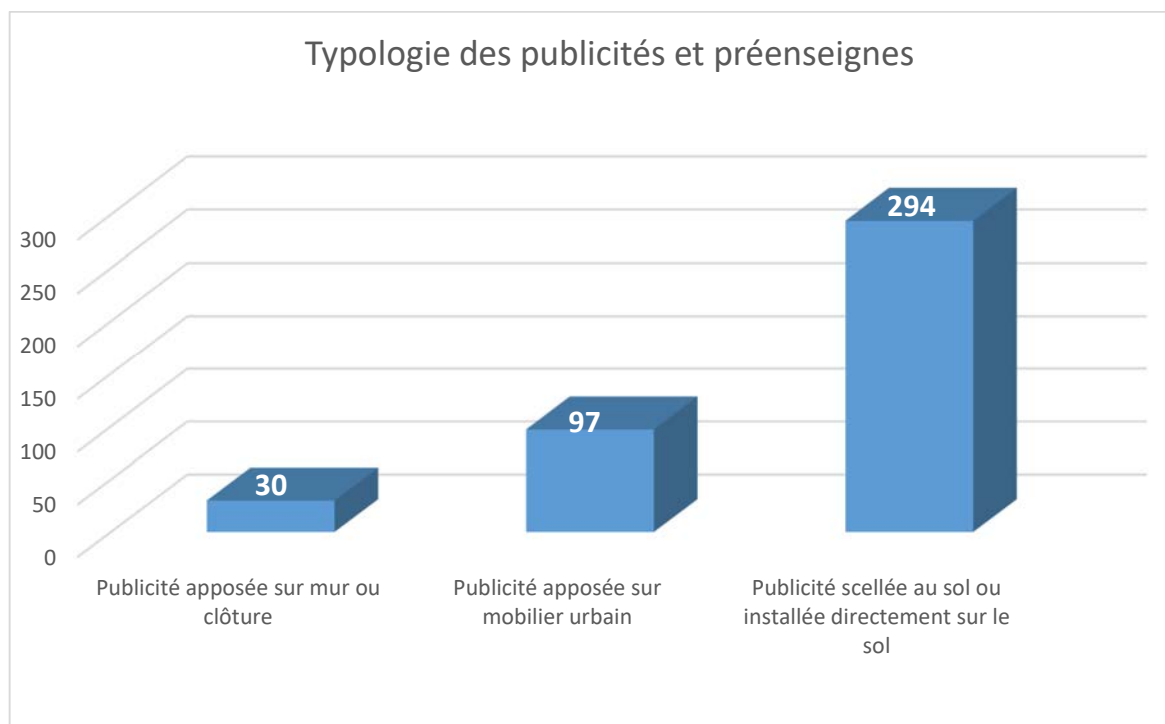
Un recensement exhaustif des publicités et préenseignes ainsi qu'un échantillonnage d'enseignes situées sur la commune de La Garde a été effectué en avril 2017. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

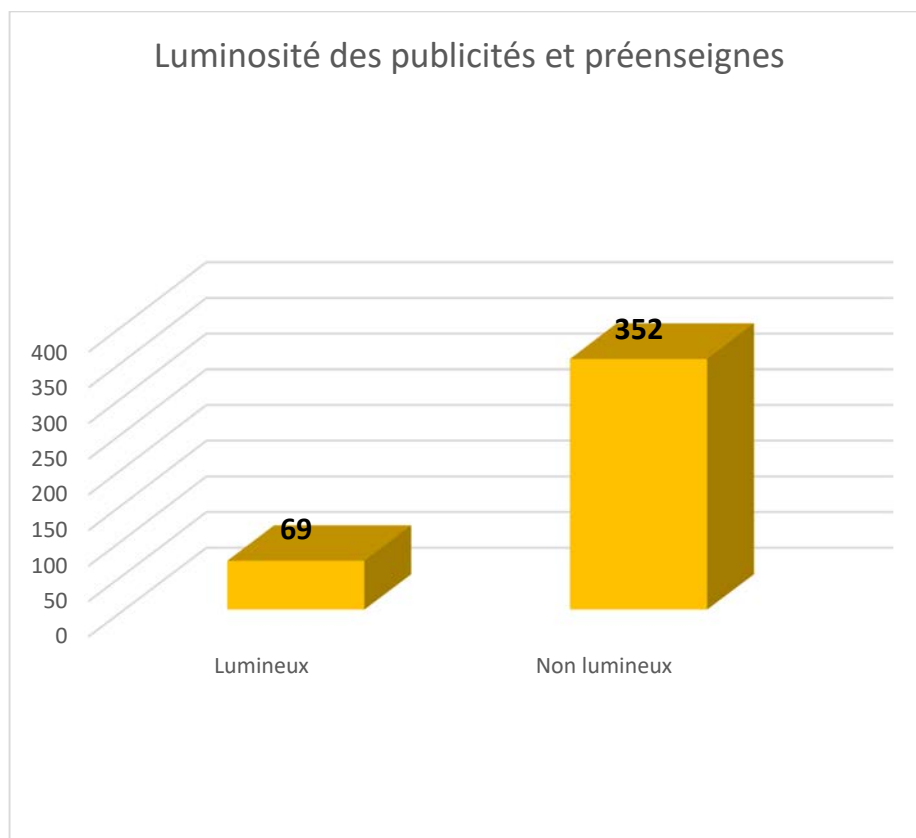
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

421 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total près de 2 900 m² de surface d'affichage.



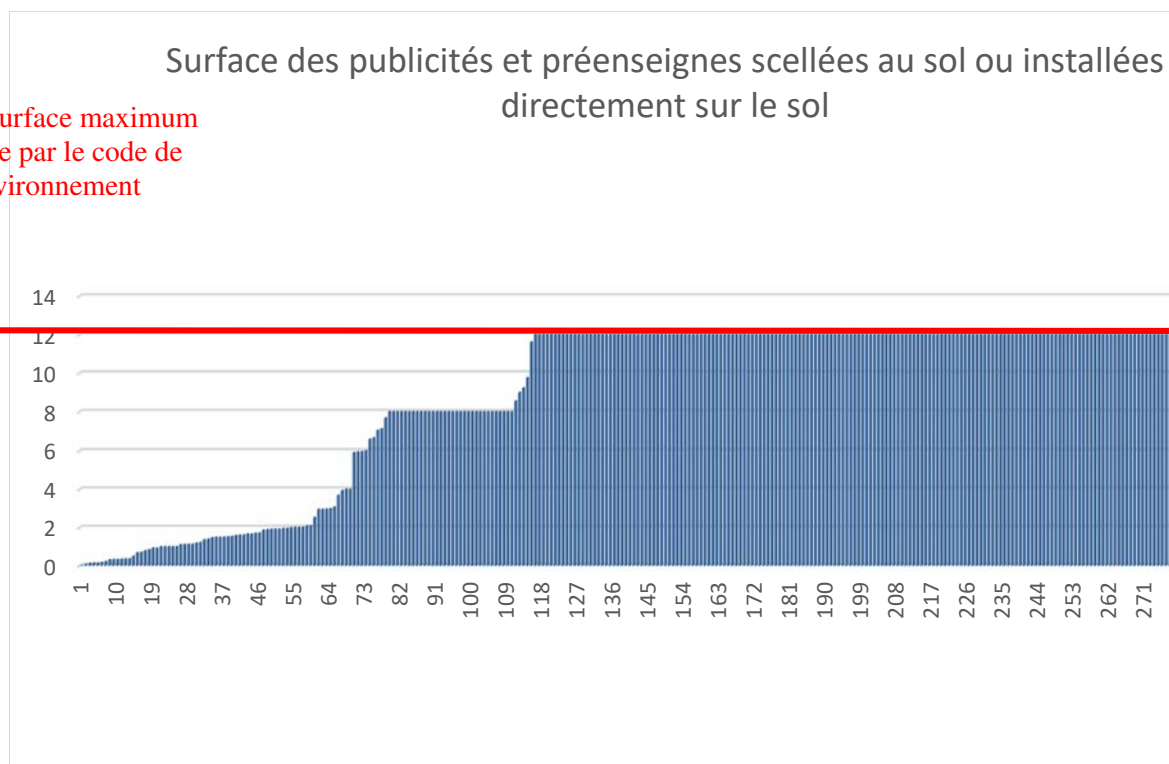
Le graphique ci-avant illustre la répartition des publicités et préenseignes de La Garde en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (70% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mobilier urbain représentent la seconde catégorie de dispositif la plus présente sur le territoire. Elles comptent une centaine de dispositifs. Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (7%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage.



La publicité lumineuse est très peu présente sur la commune de La Garde puisque seulement 16% des dispositifs sont lumineux. Les 69 dispositifs lumineux sont tous éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

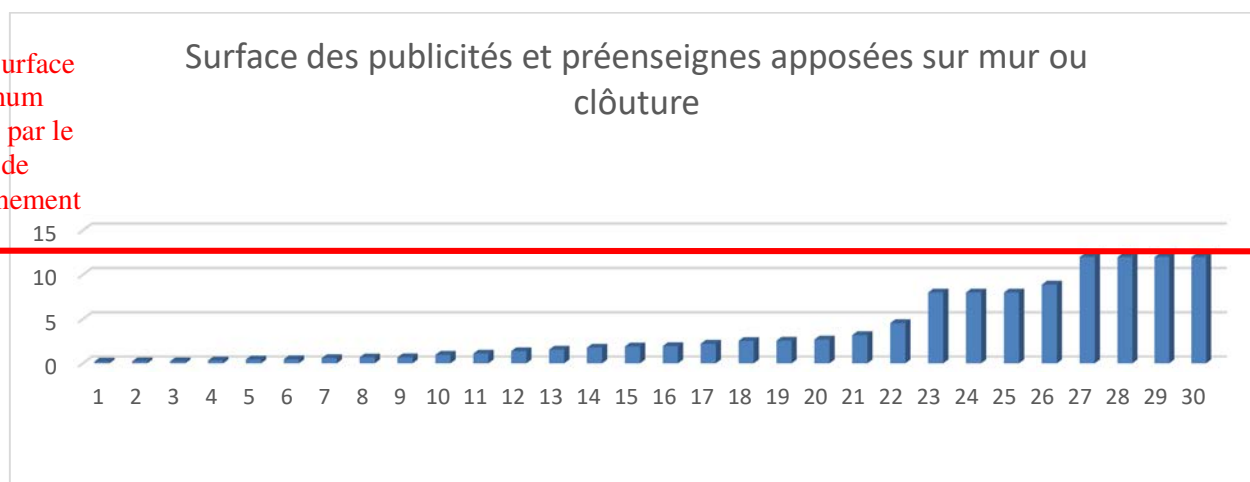
Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Cependant, une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

12 m² - Surface maximum autorisée par le code de l'environnement



On remarque que les dispositifs les plus nombreux (73 %) sont ceux dont la surface est comprise entre 8 et 12 m². Le format de 12 m² correspond au maximum autorisé par le code de l'environnement pour la plupart des publicités. Ces dernières sont très nombreuses sur le territoire communal. Les autres dispositifs ont une surface variable comprise entre 7 et 0,15 m². Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont utilisées majoritairement dans les zones d'activités ou sur les axes structurants du territoire.

12 m² - Surface maximum autorisée par le code de l'environnement



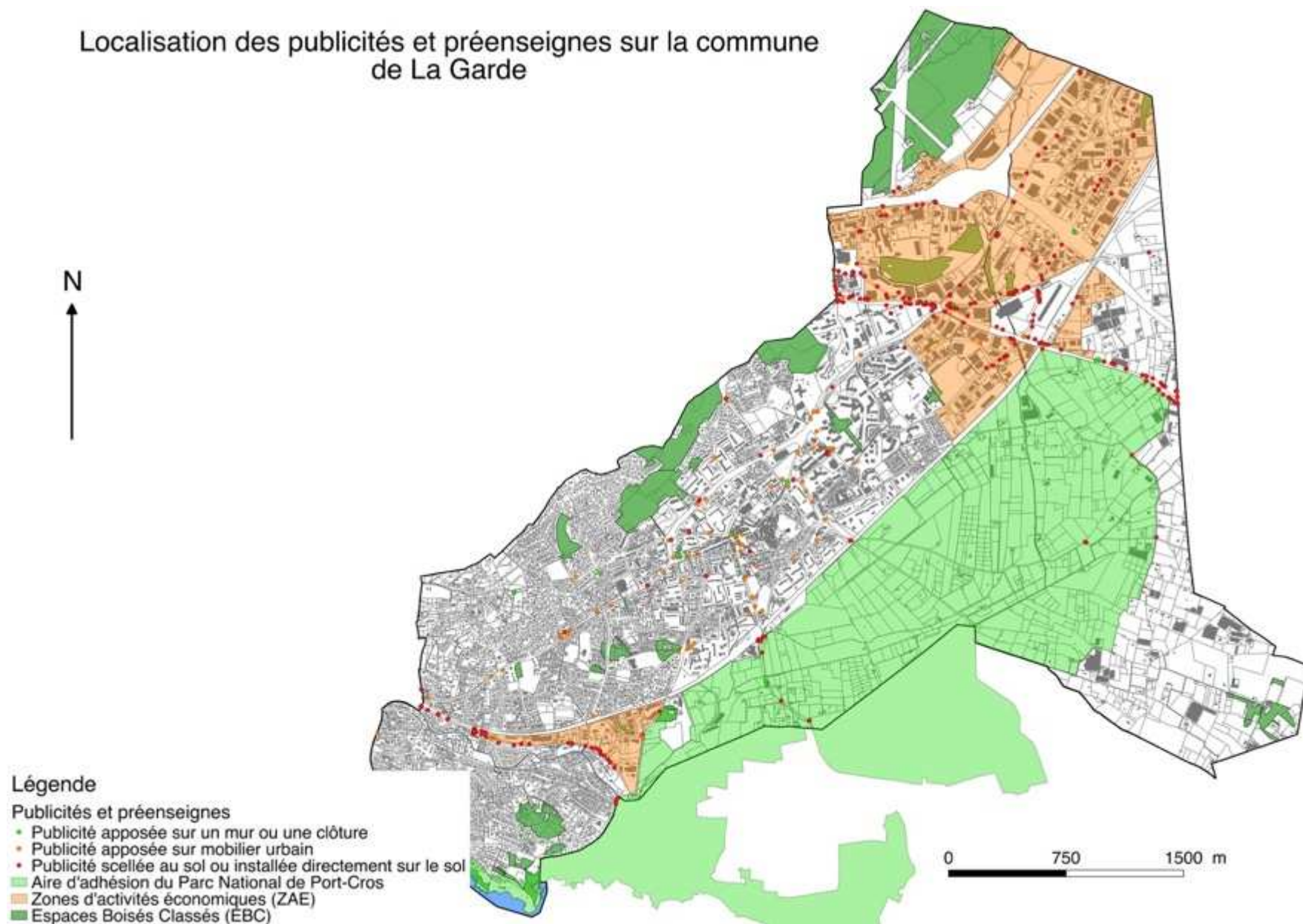
On relève seulement 8 publicités apposées sur mur ou clôture dont la surface est comprise entre 8 et 12 m². Les autres dispositifs ne dépassent pas environ 5 m².

Dans le cadre de la révision du RLP, une attention particulière pourrait être portée à ces dispositifs de grand format, qui ont un impact considérable sur les paysages et le cadre de vie. Quant aux dispositifs sur mobilier urbain, leur surface est d'environ 2 mètres carrés pour les publicités apposées sur les arbustes destinés au public (abris bus, etc.) et les dispositifs destinés à

recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Ces derniers peuvent également avoir une surface plus élevée d'environ 8 mètres carrés. Pour cette catégorie de dispositif, le code de l'environnement prévoit que leur surface peut atteindre jusqu'à 12 mètres carrés maximum²⁹.

²⁹ Article R.581-47 du code de l'environnement et pages 21 à 22 du présent rapport de présentation

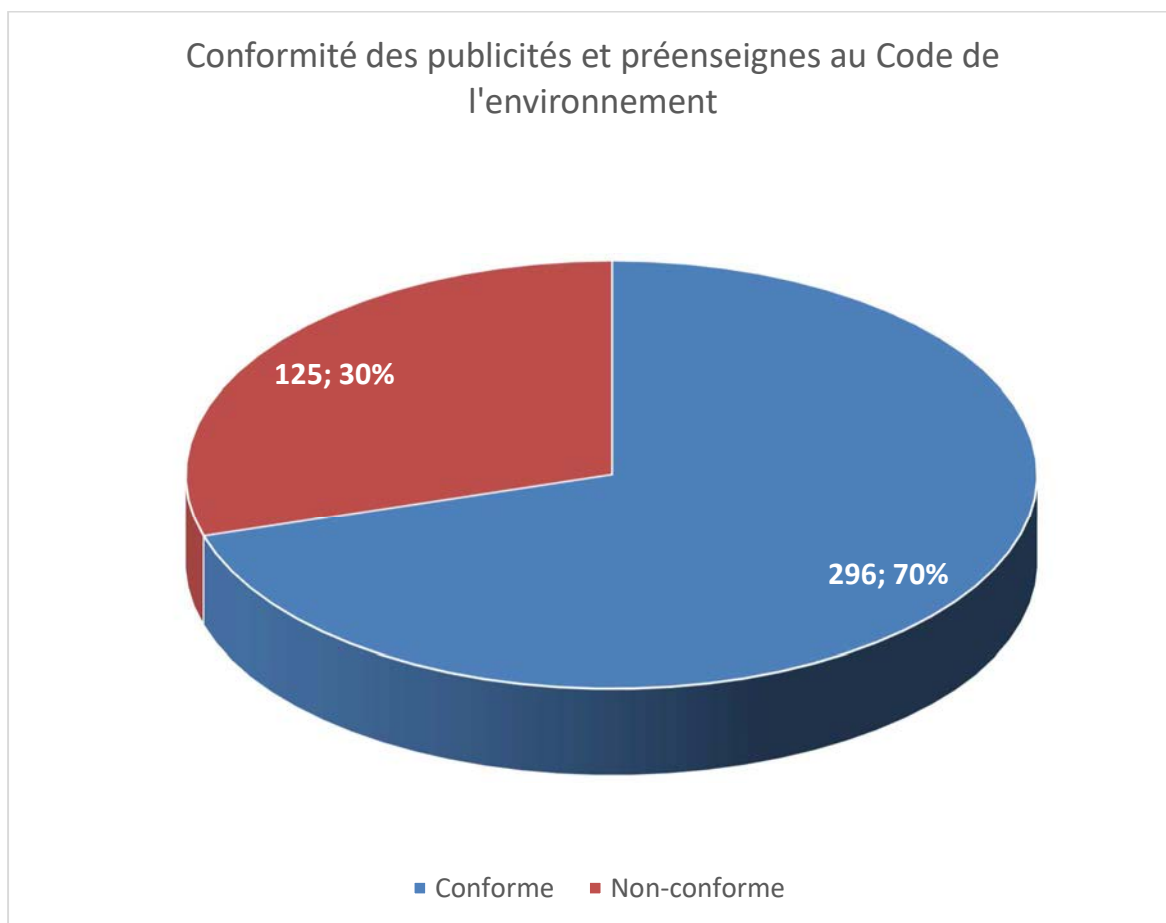
Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de La Garde



La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On note la présence importante des dispositifs publicitaires scellés au sol le long des principaux axes traversants le territoire ainsi que dans les zones d'activités. Certains dispositifs sont également présents hors agglomération.

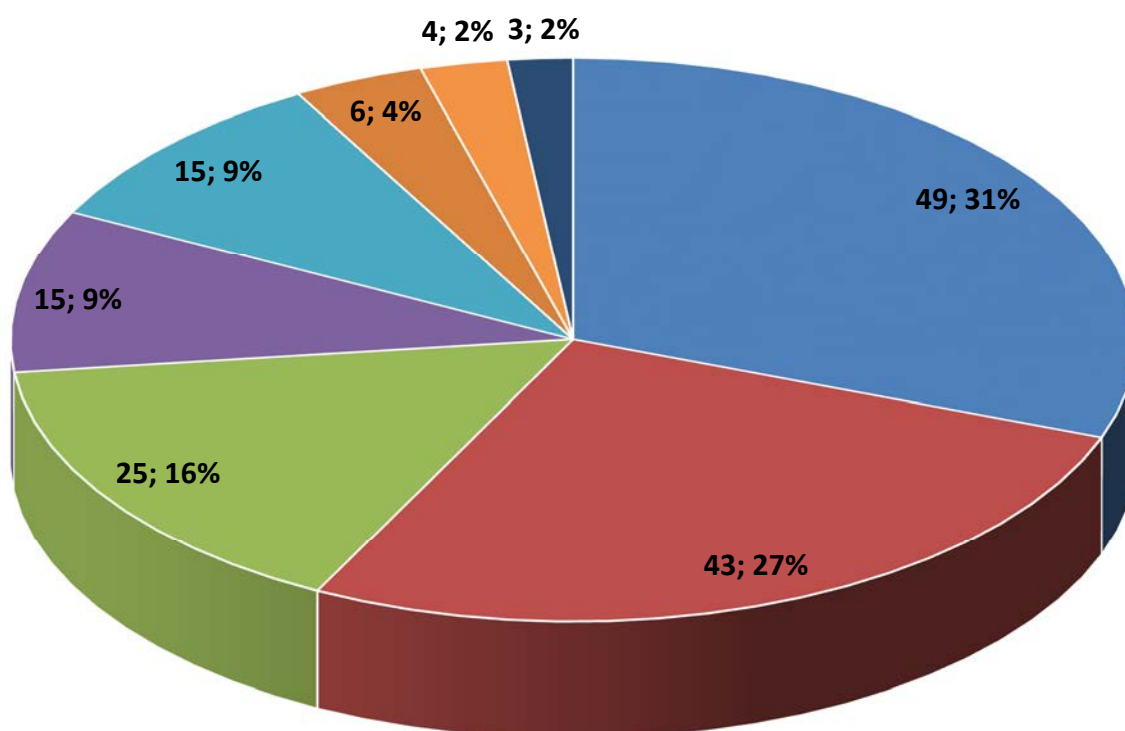
2. Les infractions relevées

Le diagnostic des publicités et préenseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'infractions au code de l'environnement et au RLP.



On constate que 125 dispositifs sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 30% des dispositifs relevés. Les principales problématiques concernent l'implantation de dispositif publicitaire ou de préenseignes hors agglomération.

Répartition des infractions au Code de l'environnement



- Publicité interdite hors agglomération (Art. L.581-7)
- Non-respect de la règle de densité (Art. R.581-25)
- Publicité interdite dans l'aire d'adhésion d'un Parc National (Art. L.581-8)
- Non-respect de la règle prospect et de recul (Art. R.581-33)
- Publicité interdite sur les éléments énumérés à l'Art. R.581-22
- Dispositif implanté dans le périmètre de protection au titre des abords des monuments historiques (Art. L.581-8)
- Mauvais état d'entretien (Art R.581-24)
- Publicité qui dépasse des limites du mur ou apposée à moins de 50 cm du sol (Art. R.581-27)

Sur les 125 dispositifs non conformes en 2017, on relève 160 infractions. Certains dispositifs sont l'objet de plusieurs infractions.

Plus de 32% des infractions concernent l'implantation de publicité ou préenseignes hors agglomération. L'interdiction de la publicité et des préenseignes hors agglomération a été renforcée suite à la réforme sur la publicité extérieure. Désormais, seules certaines préenseignes sont autorisées hors agglomération³⁰.



Dispositif hors agglomération, D98, La Garde, Avril 2017.



Dispositif hors agglomération, D86, La Garde, Avril 2017.

³⁰ : Article L.581-19 du Code de l'environnement et page 29 du présent rapport de présentation



Dispositifs hors agglomération, D98, La Garde, Avril 2017.



Dispositifs hors agglomération, D98, La Garde, Avril 2017.



Dispositifs hors agglomération, Chemin de Foux, La Garde, Avril 2017.



Dispositifs hors agglomération, D98, La Garde, Avril 2017.

On relève également :

- 43 dispositifs ne respectant pas la règle de densité ³¹ ;



Non-respect de la règle de densité, D67, La Garde, Avril 2017.



Non-respect de la règle de densité, Impasse de la Pauline, La Garde, Avril 2017.

³¹ Article R.581-25 du code de l'environnement



Non-respect de la règle de densité, D98, La Garde, Avril 2017.



Non-respect de la règle de densité, Avenue Antoine Becquerel, La Garde, Avril 2017.



Non-respect de la règle de densité, D98, La Garde, Avril 2017.

- 25 dispositifs publicitaires implantés dans l'aire d'adhésion du Parc National de Port-Cros³² et également hors agglomération. Pour information, ces dispositifs ne sont pas encore en infraction au regard de leur implantation dans l'aire d'adhésion au Parc National de Port-Cros. En effet, l'arrêté constatant les adhésions des communes à la charte du parc national de Port-Cros date du 1^{er} Juillet 2016. OR, le code de l'environnement précise que les publicités et préenseignes peuvent être maintenues pendant 2 ans à compter de la date de l'arrêté, soit jusqu'au 1^{er} Juillet 2018³³ ;



Dispositif dans l'aire d'adhésion du Parc National de Port-Cros, Vieux Chemin d'Hyères, La Garde, Avril 2017.

³² Article L.581-8 du code de l'environnement

³³ Article R.581-88 du code de l'environnement



Dispositif dans l'aire d'adhésion du Parc National de Port-Cros, D86, La Garde, Avril 2017.



Dispositifs dans l'aire d'adhésion du Parc National de Port-Cros, D98, La Garde, Avril 2017.



Dispositifs dans l'aire d'adhésion du Parc National de Port-Cros, D98, La Garde, Avril 2017.

- 15 dispositifs publicitaires scellés au sol implantés à moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété³⁴ ;



Non-respect de la règle H/2, D67, La Garde, Avril 2017

³⁴ Article R581-33 du code de l'environnement



Non-respect de la règle H/2, Chemin des Plantades, La Garde, Avril 2017



Non-respect de la règle de recul (implantation à moins de 10 mètres des baies de l'habitation voisine³⁵),
D29, La Garde, Avril 2017

³⁵ Article R.581-33 du Code de l'environnement



Non-respect de la règle H/2, D98, La Garde, Avril 2017



Non-respect de la règle H/2, D98, La Garde, Avril 2017



Non-respect de la règle H/2, Chemin de la Planquette, La Garde, Avril 2017

- 15 dispositifs publicitaires apposées sur des poteaux de transport ou de distribution électrique, des clôtures ou murs non aveugles ou encore des équipements publics concernant la circulation routière ;



Non-respect des règles d'implantations de l'article R581-22 du code de l'environnement, Avenue Abel Gance, La Garde, Avril 2017



Non-respect des règles d'implantations de l'article R581-22 du code de l'environnement, Rue des Frères Lumière, La Garde, Avril 2017



Non-respect des règles d'implantations de l'article R581-22 du code de l'environnement, Chemin des Plantades, La Garde, Avril 2017



Non-respect des règles d'implantations de l'article R581-22 du code de l'environnement, D67, La Garde, Avril 2017



Non-respect des règles d'implantations de l'article R581-22 du code de l'environnement, Avenue Jean Jaurès, La Garde, Avril 2017



Non-respect des règles d'implantations de l'article R581-22 du code de l'environnement, D98, La Garde, Avril 2017

- 6 dispositifs sont implantés dans le périmètre de protection aux abords de monuments historiques³⁶ ;



Dispositif implanté dans le périmètre de protection aux abords de la Chapelle Saint-Charles de Borromée, Avenue Antoine Becquerel, La Garde, Avril 2017

³⁶ Article L.581-8 du Code de l'environnement



Dispositif implanté dans le périmètre de protection aux abords de la Chapelle Saint-Charles de Borromée,
Avenue Antoine Becquerel, La Garde, Avril 2017



Dispositif implanté dans le périmètre de protection aux abords de la Chapelle Saint-Charles de Borromée,
Avenue Antoine Becquerel, La Garde, Avril 2017

- 4 dispositifs ne sont pas maintenus en bon état d'entretien³⁷ ;



Dispositif en mauvais état d'entretien, Rue Sadi Carnot, La Garde, Avril 2017



Dispositif en mauvais état d'entretien, Chemin Alphonse Lavallée, La Garde, Avril 2017

³⁷ Article R.581-24 du Code de l'environnement



Dispositif en mauvais état d'entretien, Avenue Eugène Augias, La Garde, Avril 2017

- 3 publicités apposées sur mur dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit³⁸.



Publicité sur mur ou clôture qui dépasse des limites de ce mur, D67, La Garde, Avril 2017.

³⁸ Article R.581-27 du Code de l'environnement



Publicité apposée à moins de 50 cm du sol, D98, La Garde, Avril 2017.

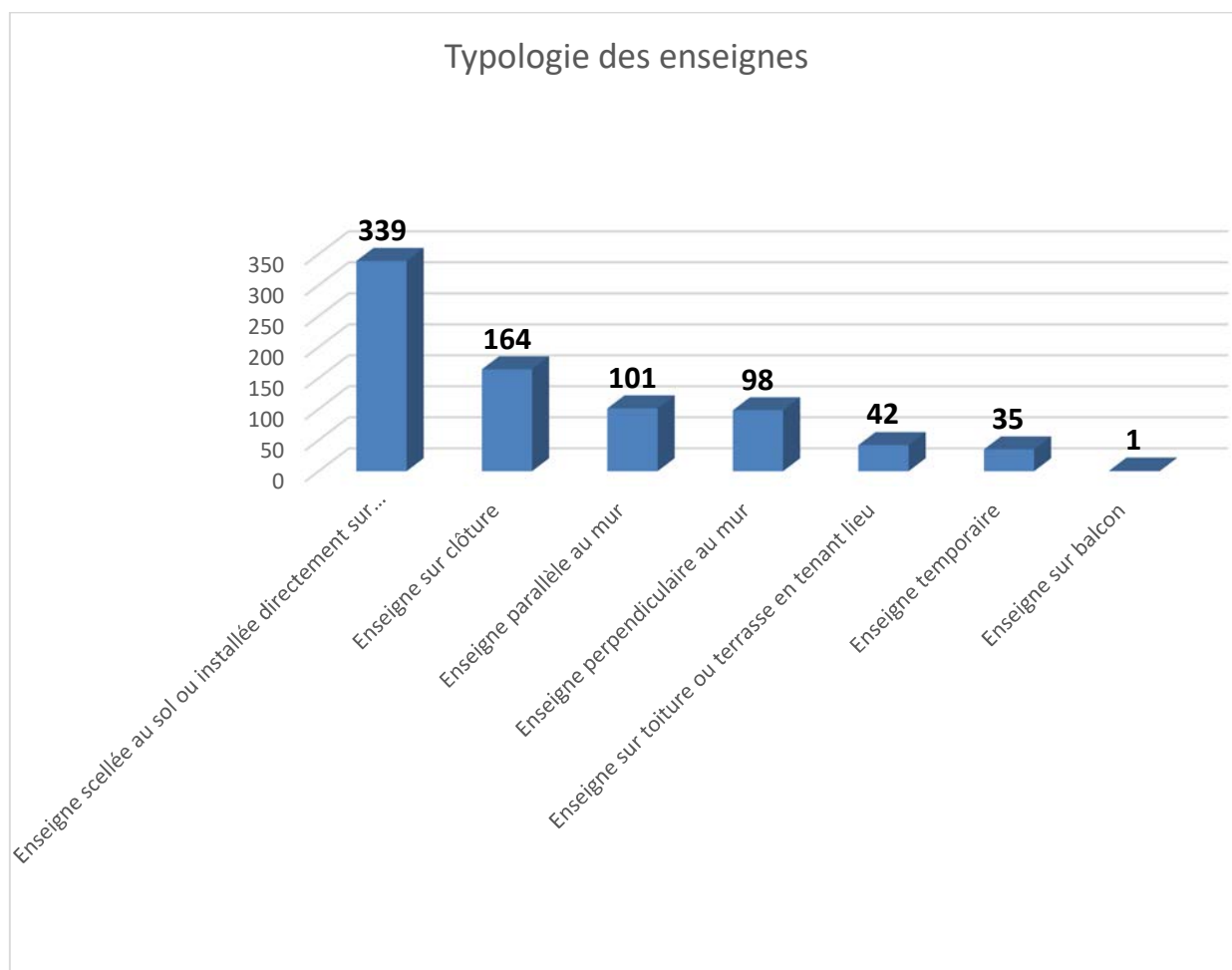


Publicité sur mur ou clôture qui dépasse des limites de ce mur, La Garde, Avril 2017.

Finally, the infractions identified in La Garde in terms of advertising concern for the most part the installation of devices outside agglomeration and/or in the area of adhesion of the Parc National de Port-Cros. The application of these rules would allow for a significant improvement of the landscape by reducing by 60% the number of devices in violation.

3. Les caractéristiques des enseignes

Le recensement des enseignes représente un échantillonnage sur l'ensemble du territoire de La Garde et plus particulièrement sur les enseignes problématiques du territoire d'un point de vue réglementaire ou paysager. A ce titre, 780 enseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles signalent environ 460 activités.



L'échantillonnage réalisé a permis de mettre en évidence le nombre important d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, du fait de l'utilisation de même support. Elles représentent 43% de l'échantillon réalisé sur le territoire de La Garde.

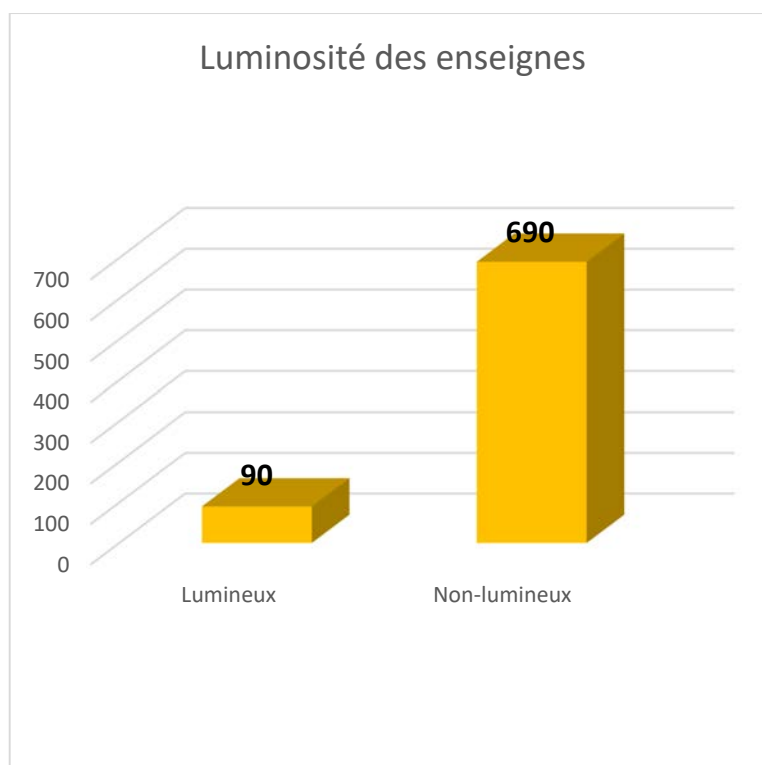
La seconde catégorie d'enseigne la plus représentée sur le territoire de La Garde est celle des enseignes sur clôture. Elles représentent 21% de l'échantillonnage réalisé. Il s'agit également de dispositif ayant un impact important compte tenu de leur implantation notamment sur les clôtures non aveugles. Ce sont généralement des dispositifs peu qualitatifs qui dégradent la qualité de l'environnement urbain.

Bien que peu représentées dans cet échantillonnage, les enseignes parallèles au mur sont la catégorie d'enseigne la plus présente sur le territoire. L'échantillonnage s'est principalement attaché à relever les dispositifs représentatifs des enseignes parallèles au mur sur le territoire communal. Ces enseignes peuvent être présentes sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches. Une enseigne apposée sur balcon a également été inventoriée lors de ce recensement.

Les enseignes perpendiculaires au mur ont globalement des surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Bien qu'elles soient moins nombreuses sur le territoire communal, elles représentent environ 12%, des enseignes de l'échantillon réalisé. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville.

Plusieurs enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ont également été relevées lors du recensement. Elles représentent environ 5% des enseignes inventoriées. Leurs caractéristiques d'implantation et leur surface généralement importante en font des dispositifs particulièrement impactants pour le paysage. Une attention particulière devra être portée à ces dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives paysagères de qualité.

Plusieurs enseignes temporaires ont également été recensées. Ce sont principalement des enseignes installées pour plus de 3 mois. Ces enseignes pourront faire l'objet d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP afin de limiter leur impact.



Le recensement a permis de mettre en avant le caractère lumineux ou non des enseignes. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « *toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet* ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

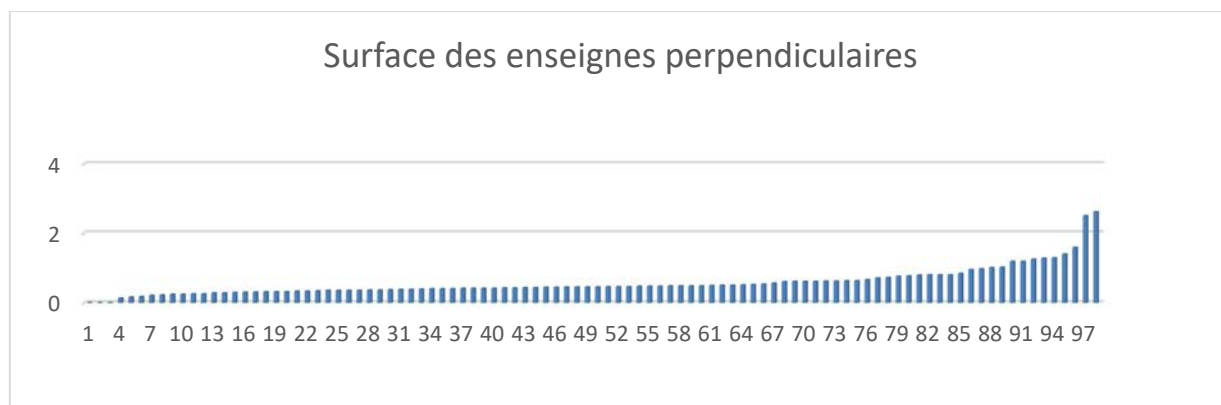
Les enseignes lumineuses représentent environ 12% des enseignes recensées. Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence. Une enseigne numérique a été localisée sur le territoire communal. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



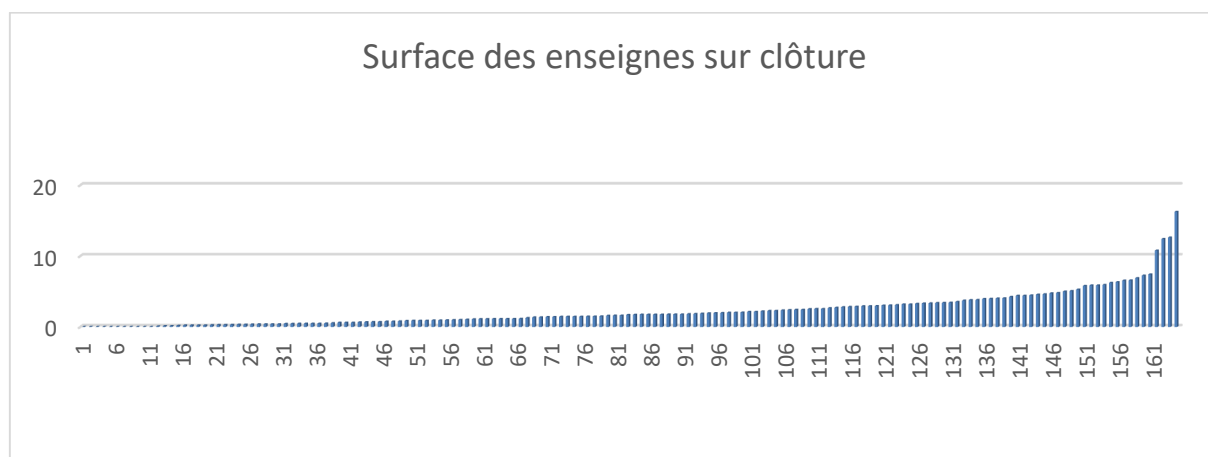
Enseigne numérique, Avenue de Draguignan, avril 2017.

Enseignes de moins de 7 m ²	Enseignes entre 7 et 12 m ²	Enseigne entre 12 et 20 m ²	Enseignes de plus de 20 m ²
68	7	11	15

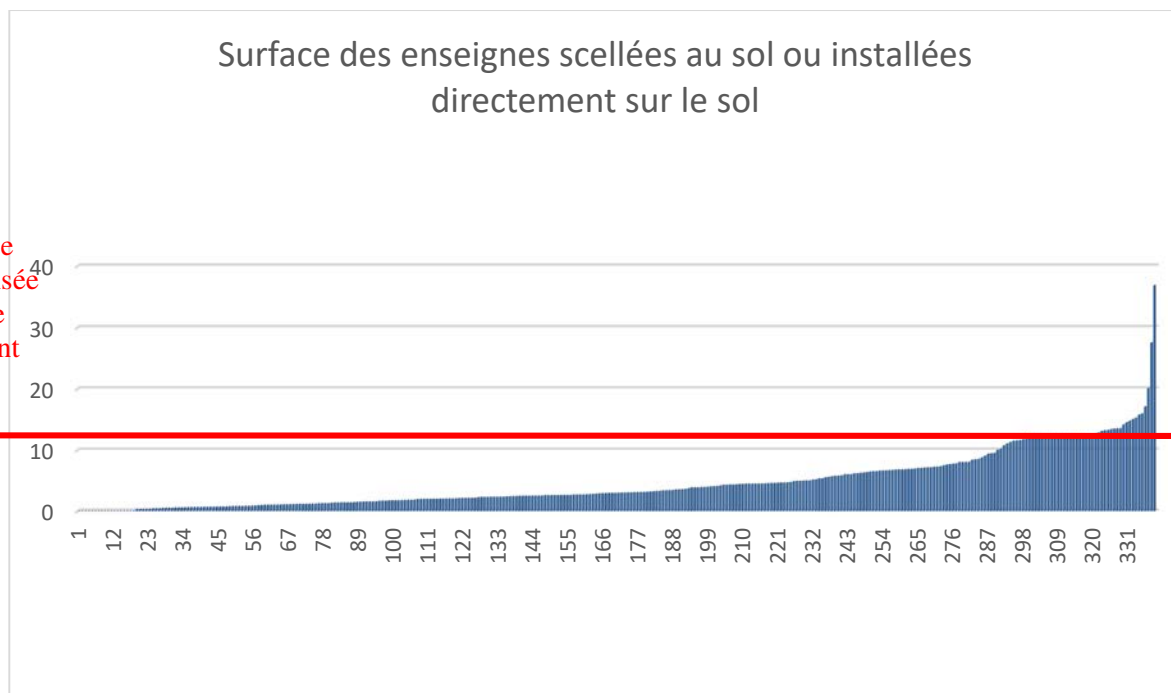
Environ 67% des enseignes parallèles au mur mesurent moins de 7 m². Les enseignes de surface importante ont un impact plus important sur le paysage et représentent près de 26% des enseignes parallèles au mur.



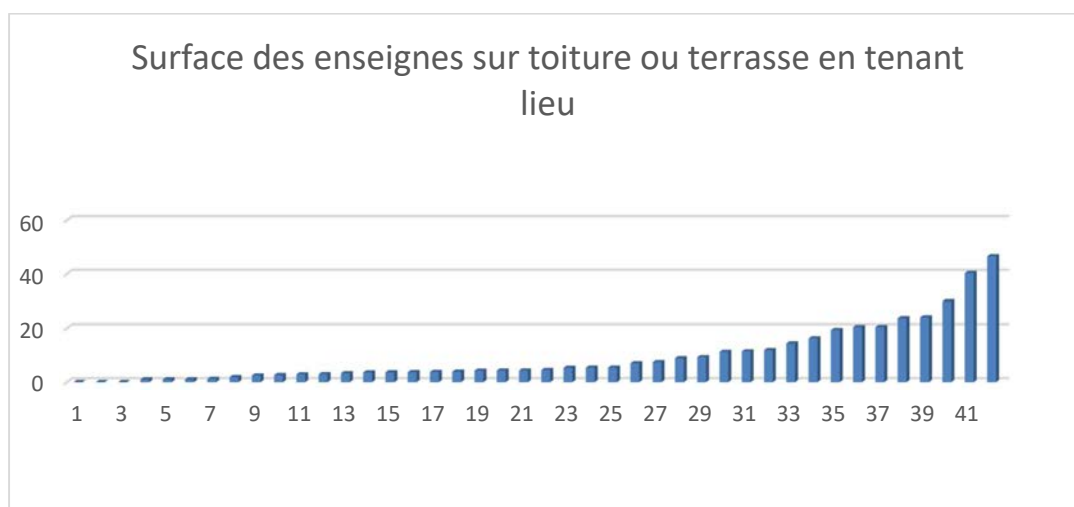
Les enseignes perpendiculaires au mur, ont des surfaces relativement faibles. Seules une dizaine de dispositif ont une surface supérieure à 1 mètre carré, avec un maximum de 2,5 m².



Régies de la même manière que les enseignes parallèles au mur, les enseignes sur clôture sont de format variable. Seules une dizaine de dispositifs ont une surface supérieure à 5m², avec un maximum environ 16m².

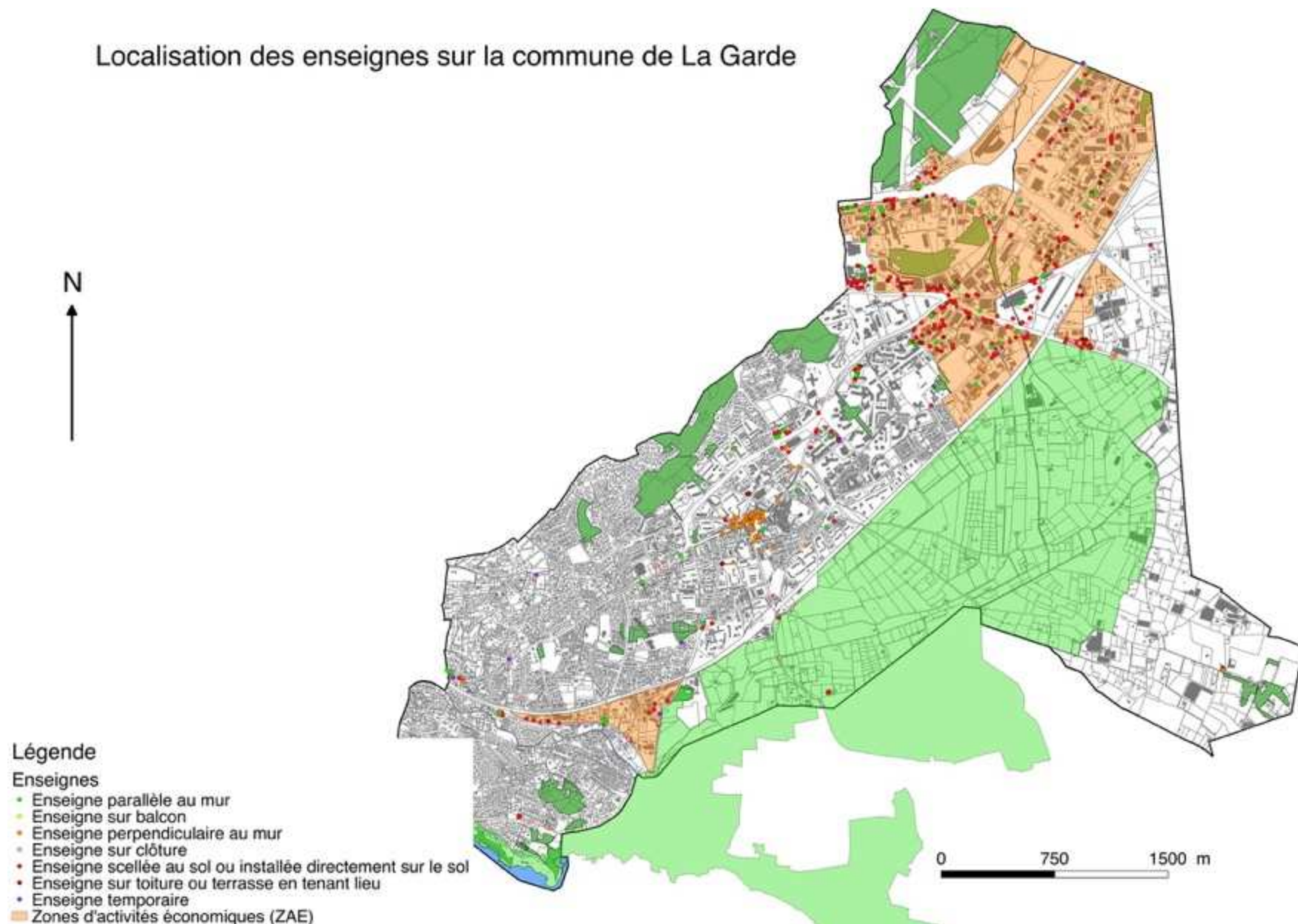


La majorité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont une surface inférieure ou égale à 6 mètres carrés. Sur les 97 autres dispositifs de plus de 6 mètres carrés, 59 ont une surface supérieure à 8 mètres carrés. 17 dispositifs ont une surface supérieure à 12 mètres carrés, soit le maximum autorisé par le code de l'environnement.



Les enseignes sur toiture ou terrasse ont des surfaces variables, allant jusqu'à 46m². 41% des enseignes sur toiture ont une surface supérieure à 7m², ce qui accentue leur impact sur le paysage.

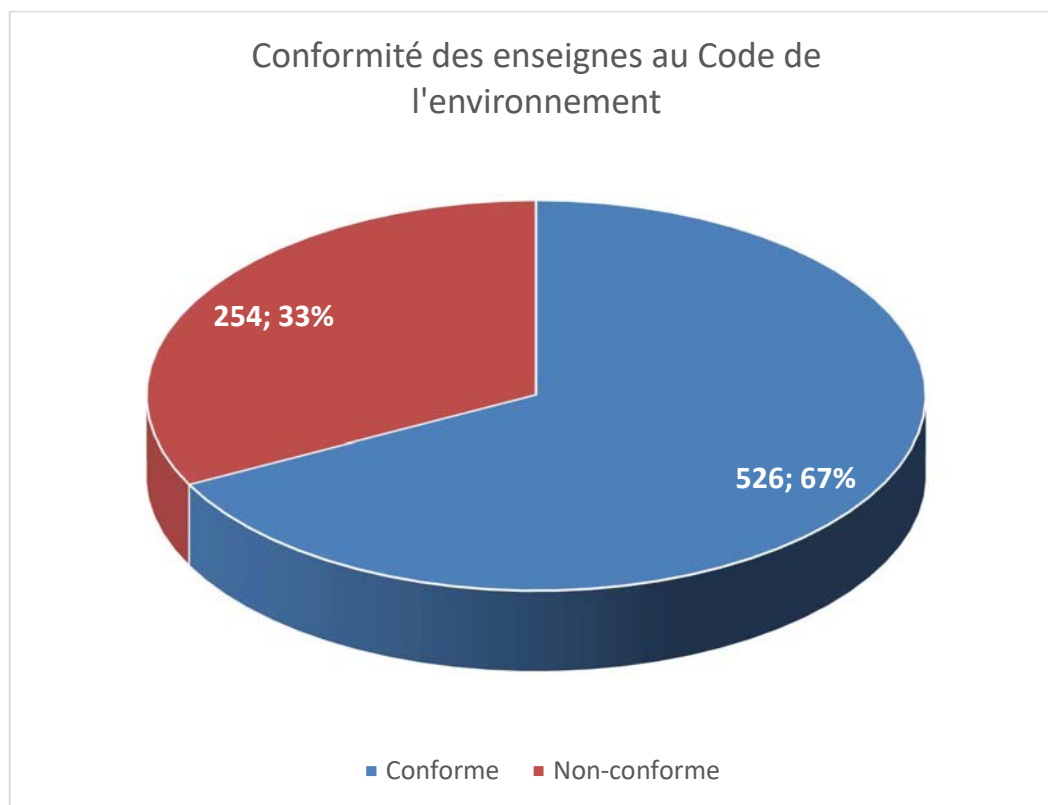
Localisation des enseignes sur la commune de La Garde



La cartographie ci-dessus, nous montre que les enseignes sont principalement localisées en centre-ville (notamment les enseignes parallèle et perpendiculaire au mur) et en zones d'activités (notamment les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol), situées le long des axes structurants du territoire.

4. Les infractions relevées

Le diagnostic des enseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'enseignes non conformes au code de l'environnement.



On constate que 254 enseignes sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 33% des enseignes inventoriées à La Garde.

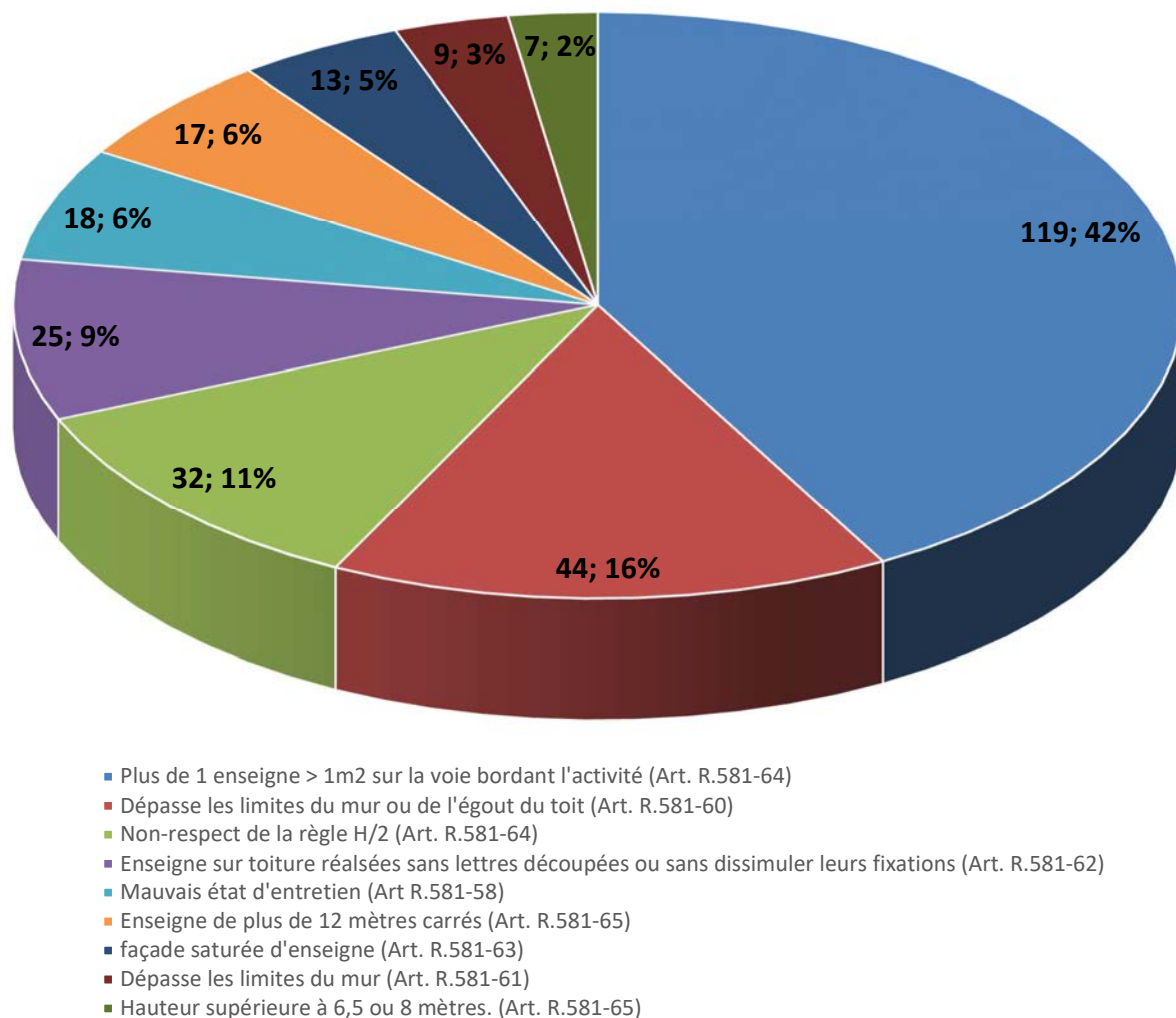
Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions au code de l'environnement, c'est pourquoi on relève au total 284 dispositifs non conformes. La principale infraction concerne le non-respect du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule³⁹.

Pour certaines infractions relatives à des enseignes installées avant le 1er juillet 2012, le délai de mise en conformité court jusqu'au 1er juillet 2018. Il s'agit notamment :

- de la surface maximale des enseignes sur toiture (60 m²) ;
- de la surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (15% ou 25%) ;
- du nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant l'activité ;
- de la surface maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants limitée à 12 m² ;
- des règles concernant les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

³⁹ Article R581-64 du code de l'environnement

Répartition des infractions au Code de l'environnement



On relève 119 enseignes scellées ou installées directement sur le sol dont le nombre est supérieure à un le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique où s'exerce l'activité signalée. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux sur des mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



Plus d'une enseigne de plus d'un mètre carré par voie bordant l'activité, D67, La Garde, Avril 2017



Plus d'une enseigne de plus d'un mètre carré par voie bordant l'activité, Avenue Camille Desmoulins, La Garde, Avril 2017



Plus d'une enseigne de plus d'un mètre carré par voie bordant l'activité, Allée des 4 Chemins, La Garde,
Avril 2017



Plus d'une enseigne de plus d'un mètre carré par voie bordant l'activité, Allée des 4 Chemins, La Garde,
Avril 2017



Plus d'une enseigne de plus d'un mètre carré par voie bordant l'activité, D98, La Garde, Avril 2017

On recense également :

- 44 enseignes parallèles dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit⁴⁰ ;



Dispositif dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit, Impasse Auguste Picard, La Garde, Avril 2017

⁴⁰ Article R581-60 du code de l'environnement



Dispositif dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit, D67, La Garde, Avril 2017



Dispositif dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit, D67, La Garde, Avril 2017



Dispositif dépassant des limites du mur ou de l'égout du toit, Impasse Claude Chappe, La Garde, Avril 2017

- 32 enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol implantées à moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété⁴¹ ;



Non-respect de la règle H/2, Chemin Alphonse Lavallée, La Garde, Avril 2017

⁴¹ Article R581-64 du code de l'environnement



Non-respect de la règle H/2, D67, La Garde, Avril 2017



Non-respect de la règle H/2, D67, La Garde, Avril 2017



Non-respect de la règle H/2, Avenue Robespierre, La Garde, Avril 2017



Non-respect de la règle H/2, Avenue Nicolas Fabri Peiresc, La Garde, Avril 2017



Non-respect de la règle H/2, Avenue Gabriel Gance, La Garde, Avril 2017

- 25 activités avec une façade "saturée" d'enseignes qui ne respectent pas le seuil de 15% d'enseignes en façade (ou 25% dans le cas de façade commerciale < 50 m²)⁴²..



Façade saturée d'enseignes, Avenue Saint-Just, La Garde, Avril 2017.



Façade saturée d'enseignes, Avenue Saint-Just, La Garde, Avril 2017.

⁴² L'article R581-63 du code de l'environnement précise que si la surface commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m², la surface cumulée peut être portée à 25% de la surface totale de cette façade.



Façade saturée d'enseignes, Avenue Saint-Just, La Garde, Avril 2017.



Façade saturée d'enseignes, Avenue Saint-Just, La Garde, Avril 2017.



Façade saturée d'enseignes, Avenue Saint-Just, La Garde, Avril 2017.

-18 dispositifs en mauvais état d'entretien ou de fonctionnement⁴³ ;



Mauvais état d'entretien du dispositif, Avenue Maréchal Lattre de Tassigny, La Garde, Avril 2017

⁴³ Article R.581-58 du code de l'environnement



Mauvais état d'entretien du dispositif, Chemin des Plantades, La Garde, Avril 2017



Mauvais état d'entretien du dispositif, Avenue Sadi Carnot, La Garde, Avril 2017



Mauvais état d'entretien du dispositif, Allée des 4 Chemins, La Garde, Avril 2017



Mauvais état d'entretien du dispositif, Chemin de la Planquette, La Garde, Avril 2017

-17 enseignes scellées au sol ou installées sur le sol dont la surface dépasse 12 m² ⁴⁴.



Surface du dispositif supérieure à 12 mètres carrés, Allée des 4 Chemins, La Garde, Avril 2017



Surface du dispositif supérieure à 12 mètres carrés, Avenue Saint-Just, La Garde, Avril 2017

⁴⁴ Article R581-65 du code de l'environnement



Surface du dispositif supérieure à 12 mètres carrés, Avenue Condorcet, La Garde, Avril 2017

-13 enseignes sur toiture réalisées avec un panneau de fond ce qui est contraire au code de l'environnement⁴⁵. Ce dernier précise que les enseignes sur toiture doivent être réalisées en lettres découpées et dissimulées leurs fixations ;



Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées, Chemin des Plantades, La Garde, Avril 2017

⁴⁵ Article R581-62 du code de l'environnement



Enseigne sur toiture réalisée sans dissimulée ses fixations, Avenue Saint-Just, La Garde, Avril 2017



Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées, Avenue Irène et Jean Frédéric Joliot Curie, La Garde, Avril 2017



Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées, Chemin de la Pauline, La Garde, Avril 2017



Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées, Impasse Auguste Picard Les Aphodèles, La Garde, Avril 2017

-9 enseignes perpendiculaires qui dépassent la limite supérieure du mur où elles sont apposées⁴⁶



Enseigne perpendiculaire au mur dépassant des limites du mur, Avenue Frédéric Mistral, La Garde, Avril 2017



Enseigne perpendiculaire au mur dépassant des limites du mur, Avenue Maréchal Lattre de Tassigny, La Garde, Avril 2017

⁴⁶ Article R581-61 du code de l'environnement



Enseigne perpendiculaire au mur dépassant des limites du mur, Avenue de Montesarchio, La Garde, Avril 2017

-7 dispositifs d'une hauteur supérieure à 6,5 ou 8 mètres de hauteur⁴⁷;



Enseigne dépassant 6,5 ou 8 mètres de hauteur, Avenue de Draguignan, La Garde, Avril 2017

⁴⁷ Article R.581-65 du Code de l'environnement



Enseigne dépassant 6,5 ou 8 mètres de hauteur, Allée des 4 Chemins, La Garde, Avril 2017



Enseigne dépassant 6,5 ou 8 mètres de hauteur, Avenue Condorcet, La Garde, Avril 2017

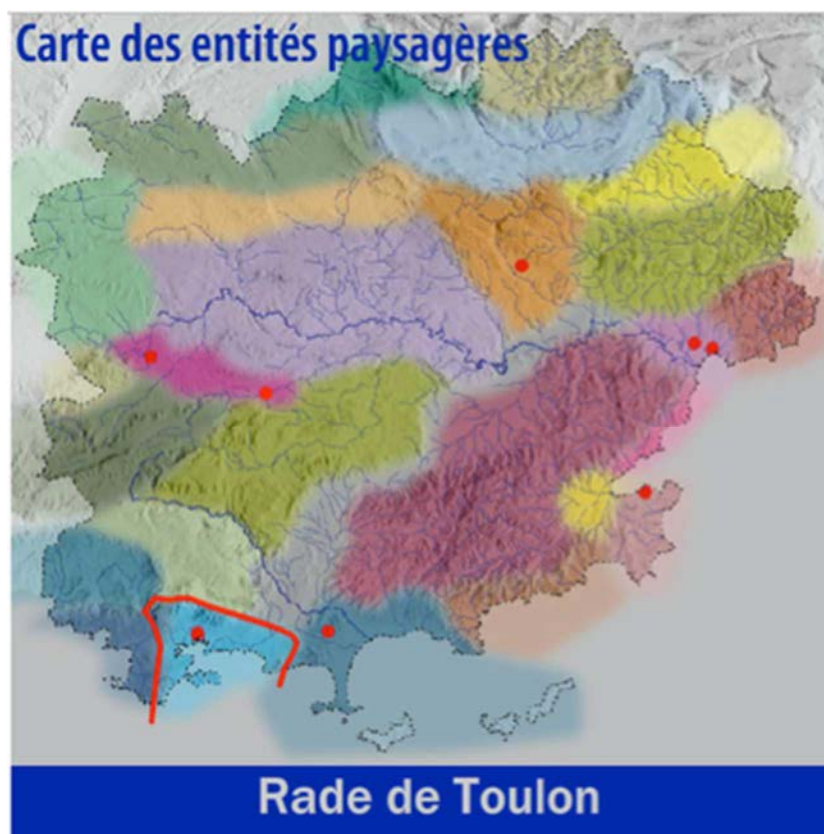


Enseigne dépassant 6,5 ou 8 mètres de hauteur, Centre Commercial Grand Ciel, La Garde, Avril 2017

III. Problématiques en matière de publicité extérieure

Au regard de l'atlas des paysages réalisé par la DREAL PACA en 2007, il ressort du contexte paysager de la ville plusieurs caractéristiques notables pouvant influencer la réglementation de la publicité extérieure compte tenu des attentes et des enjeux en matière de cadre de vie exprimés dans l'Atlas.

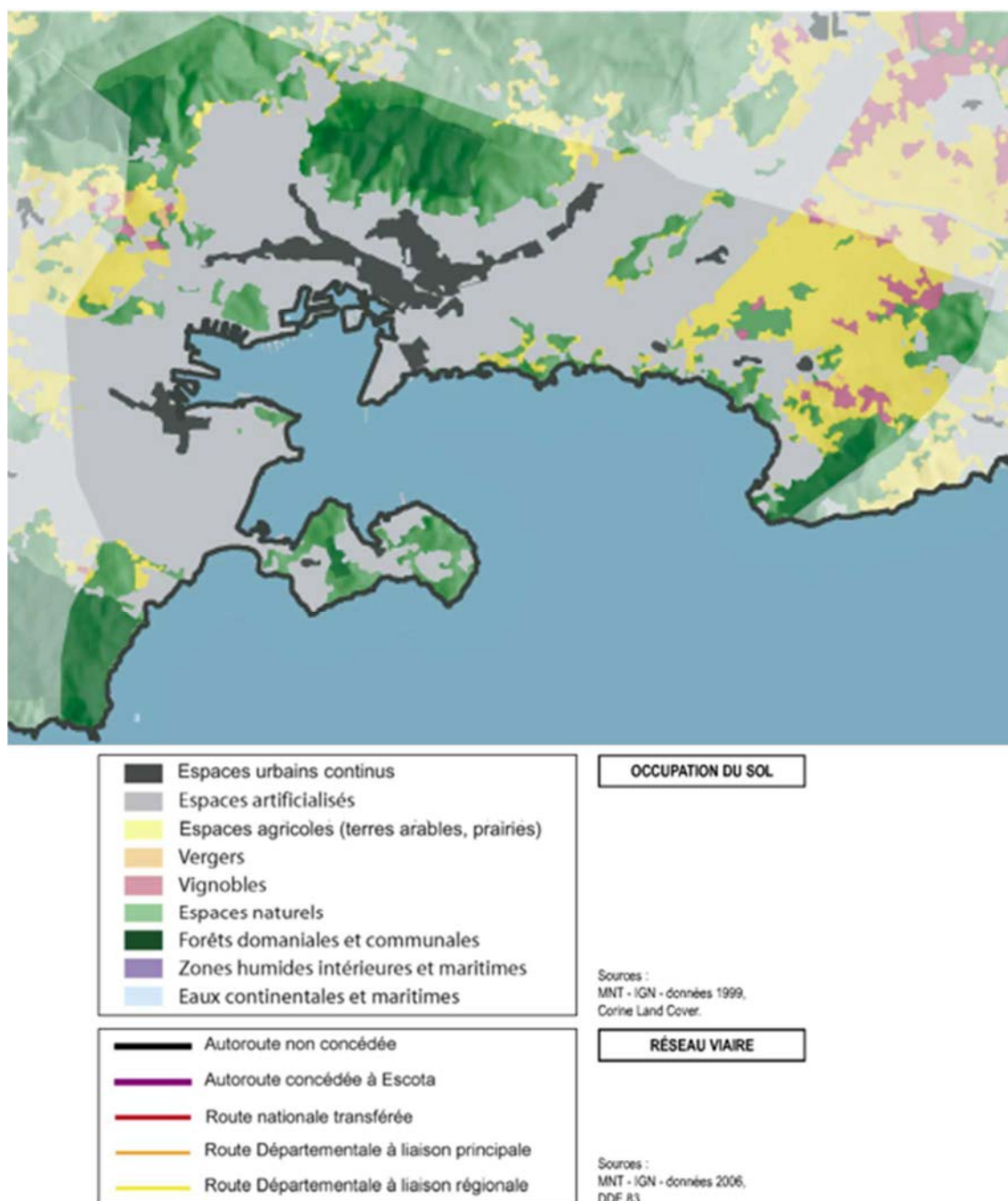
Située sur le littoral méditerranéen, la commune de La Garde bénéficie des qualités paysagères propres à ce secteur privilégié en termes d'espaces naturels, zones protégées et d'urbanisation importante. A ce titre, la commune de La Garde fait partie intégrante de l'entité paysagère dénommée « *Rade de Toulon* ».



Carte issue de l'atlas des paysages du Var, 2007, p.114.

La ville est située sur une bordure littorale étroite dont l'effet est renforcé par la présence du massif du Coudon, au Nord-Ouest de la commune. Bien que l'urbanisation de ce secteur de la rade soit très importante, on observe tout de même la présence d'espaces naturels permettant la préservation de la biodiversité. L'est de la commune de La Garde est notamment couvert par la plaine inondable qui accueille des activités agricoles comme la viticulture et l'élevage. Un parc Nature est en cours de création par le Département. Le Parc devrait s'étendre sur une partie de ce secteur.

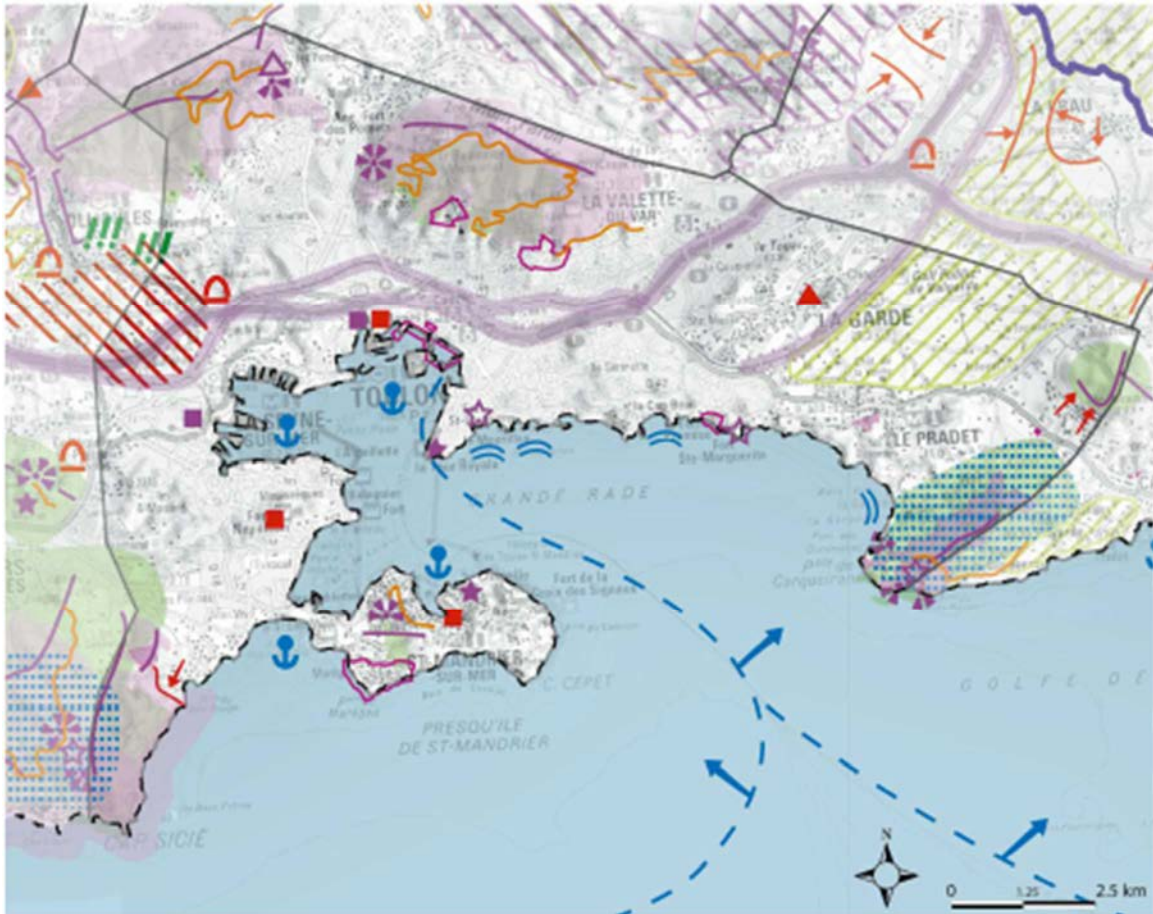
La commune de La Garde a vu se développer ses zones d'activités commerciales et industrielles à l'Est de son territoire suite à l'extension de la ville de Toulon à l'Est. C'est d'ailleurs à l'Est de La Garde que l'on retrouve les axes majeurs permettant la jonction entre Toulon et l'arrière-pays par l'A57 vers Draguignan et de rejoindre les départementales côtières de l'Est méditerranéen la D559 et la D98 via l'autoroute A570. Ces axes viennent renforcer l'attractivité de cette zone particulièrement dense.



Carte issue de l'atlas des paysages du Var, 2007, p.148.

L'Atlas des paysages du Var met en avant plusieurs axes pour la préservation des entités paysagères dont :

- *La préservation de la structure rurale qualitative à l'est du territoire ;*
- *La mise en valeur des richesses patrimoniales identitaires du département ;*
- *La requalification urbaine et paysagère des entrées d'agglomération ;*
- *Le maintien de la diversité et la qualité des paysages perçus sur les grands axes du territoire notamment l'A57 ou encore l'A570 ;*
- *La préservation de la diversité architectural et urbaine du centre-ville historique ;*



Carte issue de l'atlas des paysages du Var, 2007, p.155

La réglementation nationale sur la publicité extérieure a pour objectif principal la préservation et la valorisation du cadre de vie et des paysages. La réglementation sur la publicité extérieure est en corrélation avec les axes et orientations fixés par l'atlas des paysages.

Le Code de l'environnement est parfois insuffisant pour résorber certaines pollutions visuelles entraînées par la publicité extérieure. Ainsi, il apparaît que la révision du RLP de La Garde permettra d'adapter la réglementation locale aux enjeux locaux et notamment aux mutations et évolutions paysagères, économiques et patrimoniales de la ville. Il pourra appréhender au plus près les problématiques locales mises en avant par le diagnostic de territoire et l'analyse du parc publicitaire.

Le diagnostic identifie notamment les problématiques suivantes :

Problématique n°1 : Valoriser les entrées de ville et axes majeurs du territoire en réduisant la densité publicitaire

La densité de publicités (et préenseignes) scellées au sol ou sur mur est parfois importante notamment aux abords des entrées de ville et de manière générale le long des axes structurants du territoire comme par exemple le long de la D559 ou encore de la D98.



Avenue du Dr. Schweitzer, La Garde, Avril 2017



D98, La Garde, Avril 2017



D98, La Garde, Avril 2017



D559, La Garde, Avril 2017



D559, La Garde, Avril 2017



Avenue Maréchal de Lattre de Tassigny, La Garde, Avril 2017

Problématique n°2 : Préserver le patrimoine architectural et naturel de la commune comme le centre-ville historique et les cônes de vue paysagers

Eviter l'implantation des publicités et préenseignes peu qualitatives ou de format trop important qui pourraient nuire à l'image du territoire.



Perspective paysage sur la Chapelle, La Garde, Avril 2017



Montée du Thouar, La Garde, Avril 2017.



Chemin de Barbaroux, La Garde, Avril 2017



Chemin de la Chapelle, La Garde, Avril 2017



Montée vers le Chemin de la Chapelle, La Garde, Avril 2017

Problématique n°3 : Améliorer et/ou maintenir la qualité des enseignes en centre-ville.

Engager une réflexion sur la place des enseignes sur les secteurs à enjeux paysagers et/ou patrimoniaux afin d'éviter la dégradation et la banalisation des paysages de la commune de La Garde, tout en prenant en compte les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.



Rue Sadi Carnot, enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu peu qualitatives, La Garde, Avril 2017



Avenue de Montersachio, enseignes perpendiculaires au mur qui dépassent des limites du mur, La Garde, Avril 2017



Rue Sadi Carnot, enseigne parallèle au mur qui dépasse des limites du mur, La Garde, Avril 2017



Rue Sadi Carnot, façade surchargée, La Garde, Avril 2017



Avenue Jacques Duclos, façade qualitative, La Garde, Avril 2017

Problématique n°4 : Encadrer les enseignes des zones d'activité de la commune

Adapter la réglementation sur les enseignes dans la zone d'activité afin de limiter l'impact de certaines enseignes. Dans le cadre du RLP, certaines catégories d'enseignes ayant un fort impact paysager pourraient être encadrées pour protéger le cadre de vie, comme les enseignes sur toiture ou terrasse en en tenant lieu, les enseignes sur clôtures ou les enseignes numériques.



Avenue de Draguignan, nombre d'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol supérieur à 1 mètre carré trop important, La Garde, Avril 2017



Avenue de Draguignan, enseigne numérique peu qualitative, La Garde, Avril 2017



Infraction au code de l'environnement fréquente pour les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, La Garde, Avril 2017



Accumulation des dispositifs (signalétique, publicités, enseignes, etc.) et saturation d'information, La Garde, Avril 2017.



Vue panoramique de La Garde, Chemin de la Chapelle, La Garde, Avril 2017.



Légende

- Zones d'activités Economiques (ZAE)
- Espace Boisé Classé (EBC)
- Aire d'adhésion du Parc National de Port Cros

IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

La commune de La Garde a fixé plusieurs objectifs pour l'amélioration du cadre de vie en matière de publicité extérieure sur son territoire. Ces objectifs relèvent de la délibération n°29 du Conseil Municipal du 12 septembre 2016 :

- Adapter le document (existant) en tenant compte du nouveau cadre juridique et réglementaire fixé notamment par la loi Grenelle II, et précisé par décret, valant réglementation nationale depuis le 1^{er} juillet 2012 ; [L
SEP]
- Avoir une démarche de protection des paysages et du cadre de vie : [L
SEP]
 - En adaptant la réglementation au territoire communal, et aux enjeux du paysage naturel et bâti notamment patrimonial,
 - En anticipant et en planifiant de manière équilibrée, l'évaluation des paysages du fait du développement de l'affichage publicitaire, [L
SEP]
 - En limitant la pollution visuelle des dispositifs d'information par une réglementation adaptée,
- Améliorer les conditions de circulation et la sécurité routière en dégagant les intersections importantes ;
- Créer un nouveau zonage adapté à l'évolution du territoire communal ;
- Traiter les formes de publicités légalisées par la Loi Grenelle II, comme le micro-affichage publicitaire sur devantures, les dispositifs numériques, les bâches publicitaires, inexistantes dans le règlement actuel ; [L
SEP]
- Encourager la réalisation d'économie d'énergie et réduire la pollution lumineuse pour la préservation du rythme biologique des animaux, en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux ; [L
SEP]
- Réduire les possibilités de publicité scellée au sol, par des restrictions en nombre ou en superficie ; [L
SEP]
- Conférer au Maire et au service de la ville, un outil plus efficace pour instruire les demandes d'implantation. [L
SEP]

Les objectifs ci-dessus ont été complétés par la délibération n°24 du Conseil Municipal du 11 décembre 2017 :

- Protéger de l'image du centre-ville, et plus particulièrement le centre-ville historique, ainsi que le patrimoine bâti (Chapelle Romane classé, petit oratoire et Chapelle Saint-Charles de Borromée inscrits) et naturel (appartenance au Parc National de Port-Cros) de la commune par une réflexion sur la place des enseignes ;
- Améliorer la qualité des zones d'activités situées à l'Est de la commune, notamment sur le secteur Beaulieu, de La Pauline I, la ZAC des 4 chemins, la ZAC Pauline II, la ZAC +, la ZAC Saint Michel, la ZAC Planquette II, le secteur des Plantades, la Zone Industrielle de Toulon Est, le secteur Pierrascas ou encore le secteur du Pouverel ;
- Préserver les zones peu touchées par la pression publicitaire comme les zones résidentielles ou les quartiers pavillonnaires ;
- Protéger les entrées de ville, premières images du territoire et plus particulièrement celles situées sur la D559, la D86, la D98, la D97 ou encore la D67.

2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

Orientation 1 : Réglementer les enseignes dans les espaces patrimoniaux sensibles comme centre-ville, les périmètres des monuments ou sites classés et inscrits, le périmètre de l'aire d'adhésion du parc nationale de Port Cros et notamment les enseignes scellées au sol installées directement sur le sol de moins d'1m² ou encore les enseignes sur auvents ou marquises afin de valoriser et préserver ces espaces patrimoniaux sensibles ;

Orientation 2 : Limiter l'impact de la publicité et des préenseignes en renforçant la règle de densité publicitaire ou encore les formats des dispositifs plus particulièrement dans le centre-ville, sur les zones d'activités et au niveau des entrées de ville, comme la D559, la D86, la D98, la D97 ou encore la D67, afin d'éviter la multiplication de la publicité extérieure ;

Orientation 3 : Réglementer les enseignes en zones d'activités situées à l'Est de la commune, comme le secteur Beaulieu, de La Pauline I, la ZAC des 4 chemins, la ZAC Pauline II, la ZAC +, la ZAC Saint Michel, la ZAC Planquette II, le secteur des Plantades, la Zone Industrielle de Toulon Est, le secteur Pierrascas ou encore le secteur Le Pouverel, notamment les enseignes peu qualitatives impactant fortement le paysage dont les enseignes scellées au sol de plus ou moins d'un mètre carré ou encore les enseignes sur clôture.

Orientation 4 : Encadrer les dispositifs publicitaires particuliers comme les dispositifs lumineux et numériques, ou encore les bâches publicitaires sur l'ensemble du territoire afin d'éviter les implantations peu qualitatives et agressives pour le paysage urbain.

Ces orientations s'appliquent aussi bien à la publicité qu'aux enseignes. La commune a également choisi d'encadrer les enseignes temporaires peu encadrées par la réglementation nationale.

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de La Garde. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) : Elle couvre les zones d'activités de la commune, dont la zone artisanale du Pouverel au sud et les autres zones d'activités situées au nord de la commune. [L
SEP]
- La zone de publicité n°2 (ZP2) : Elle couvre la zone agglomérée de la commune, non couverte par les autres zones de publicités citées. [L
SEP]
- La zone de publicité n°3 (ZP3) : Elle couvre les espaces patrimoniaux sensibles. Elle correspond aux périmètres de protection des monuments classés et inscrits et des sites inscrits situés en agglomération.

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception⁴⁸. [L
SEP]

Par ailleurs, conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017⁴⁹, les surfaces maximales évoquées ci-après pour les publicités et préenseignes, doivent s'entendre comme étant des surfaces maximales « *hors tout* », comprenant non seulement la surface d'affichage mais également l'encadrement des dispositifs publicitaires. [L
SEP]

Un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy⁵⁰, a également précisé qu'« *il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique* » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

En zone de publicité n°1 (ZP1), la commune a choisi de mettre en place une réglementation moins restrictive que sur le reste du territoire afin de laisser une marge de signalisation plus importante aux acteurs économiques locaux. A ce titre, la commune a décidé d'interdire les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ainsi que les publicités apposées sur clôture aveugle et non-aveugle. Les surfaces maximales des dispositifs publicitaires apposés sur mur, ou scellés au sol ou installés directement sur le sol sont limitées à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur maximum. La commune a également ajouté des prescriptions esthétiques :

- Pour les publicités apposées sur mur, il s'agit d'interdire les implantations à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ;
- Pour les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, il s'agit d'obliger ces dispositifs à recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée si

⁴⁸ Cf. P. 26 du présent rapport de présentation, concernant les préenseignes dérogatoires.

⁴⁹ CE, 20 octobre 2016 n°395494 et CE 8 novembre 2017, n°408801

⁵⁰ CAA Nancy, 18 mai 2017, n°16NC00986.

le dispositif ne comporte d'une seule face d'affichage et d'être réalisées avec un seul pied.

Outre ces prescriptions, la commune a décidé de renforcer la règle de densité applicable sur la zone de publicité n°1 (ZP1). Le RLP applique donc la règle de densité issue du code de l'environnement, sans toutefois reprendre l'exception du Code de l'environnement autorisant l'installation de deux publicités apposées sur mur lorsque le linéaire de l'unité foncière est compris entre 40 et 80 mètres, et en intégrant une interdistance de 60 mètres minimum entre les dispositifs.

Quant à la publicité numérique elle est limitée à 4 mètres carrés et 6 mètres de hauteur maximum.

L'objectif de ces règles est de limiter l'impact de ces dispositifs sur les paysages de la commune. La commune a également choisi d'encadrer la publicité sur mobilier urbain. A ce titre, la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale⁵¹ excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques. La publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. Lorsqu'elle est numérique, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est limitée à 4 mètres carrés.

En zone de publicité n°2 (ZP2), la commune a choisi d'interdire les dispositifs trop impactants pour le cadre de vie de ces habitants et d'entériner un état de fait sur ce secteur. La commune a donc interdit en ZP2 :

- Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités apposées sur clôture aveugle et non-aveugle ;
- Les publicités numériques.

Les règles de formats et les prescriptions esthétiques mises en œuvre en ZP1 pour les publicités apposées sur mur et clôture et scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également applicables en ZP2. Ces règles permettent une harmonisation de la taille et les formats des publicités sur le territoire communal. La commune a décidé d'adapter et de renforcer la règle de densité en autorisant une seule publicité par unité foncière supérieure ou égale à 40 mètres linéaires. Cette règle permet de limiter le nombre d'unité foncière qui peuvent accueillir de la publicité et de limiter le nombre de dispositifs publicitaires par unité foncière.

Les bâches publicitaires sont autorisées en ZP2, dans la limite de 8 mètres carrés uniquement afin de limiter leur impact sur le cadre de vie. Enfin, la commune a décidé de réglementer la publicité sur le mobilier urbain en ZP2, dans les mêmes conditions qu'en ZP1.

En zone de publicité n°3 (ZP3), la commune a décidé de déroger à l'interdiction de publicité posée par le code de l'environnement. Ainsi, la publicité est réintroduite de manière limitative sur ce secteur. Seules les publicités apposées sur mobilier urbain, apposées sur palissade de chantier et scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées. A ce titre, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est limitée à 3 mètres carrés et 2 mètres de hauteur au-dessus du sol. Un seul dispositif publicitaire est autorisé dès lors que l'unité foncière à un linéaire supérieur à 40 mètres.

Quant à la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale⁵² excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à

⁵¹ : Article R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement

⁵² : Article R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement

caractère général ou locale, ou des œuvres artistiques. La publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 4 mètres carrés et 3 mètres de hauteur au-dessus du sol. Lorsqu'elle est numérique, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est limitée à 2 mètres carrés. L'objectif de cette réglementation est de préserver le patrimoine bâti et architectural de la commune tout en préservant les infrastructures existantes pour les habitants de La Garde.

L'ensemble des publicités et préenseignes (y compris sur mobiliers urbains) sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 23h00 et 06h00 afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la réglementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du code de l'environnement.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous :



Plan de Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Commune de la Garde



La voie départementale RD 559
Avenue Maréchal de Lattre de Tassigny
est entièrement hors agglomération

La voie départementale RD 97
est entièrement hors agglomération

La voie départementale RD 29
Avenue Eugène Augias
est entièrement hors agglomération

La voie départementale RD 98
est entièrement hors agglomération

La voie départementale RD 86
Avenue du 14 Juillet 1789
est hors agglomération sur la portion
du pont SNCF au la limite de Commune du Pradet

La voie départementale RD 2242
Avenue du 8 Mai 1945
est hors agglomération sur la portion
du pont SNCF au pont de la Clue

Légende

- Zone de publicité n°1 (ZP1) : Zones d'activités
- Zone de publicité n°2 (ZP2) : Zones habitat et d'équipements
- Zone de publicité n°3 (ZP3) : Zones espaces patrimoniaux sensibles et dérogoires de publicité

Voies sur la garde

- CD83
- ETAT
- TPM
- partie TPM partie COMMUNE
- public

0 265 530 1 060 Mètres

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et dans un souci de cohérence, le zonage choisi pour les enseignes, est basé sur le zonage appliqué à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, les 3 zones définies pour les publicités et préenseignes sont identiques pour les enseignes.

Sur l'ensemble des 3 zones de publicités, le RLP interdit les enseignes sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routières. Les enseignes permanentes de type dirigeable sont également interdites sur l'ensemble du territoire.

En zone de publicité n°1 (ZP1), la commune a choisi de laisser plus de possibilités aux acteurs économiques locaux pour se signaler afin d'être visibles de tous. Néanmoins, la commune a choisi de mettre en place une réglementation des enseignes spécifiques pour ce secteur. La commune interdit, en ZP1, les enseignes et les garde-corps de balcon ou balconnet.

Les enseignes sur auvent ou marquise sont autorisées uniquement en lettres ou signes découpés. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré sont limitées à 8 mètres carrés et 6 mètres de hauteur. La commune a également souhaité que les activités situées sur la même unité foncière regroupent leurs enseignes sur un seul dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol de plus d'un mètre carré.

L'objectif était d'avoir une harmonisation des formats sur ce secteur et d'éviter la saturation d'information tout en permettant à tous les acteurs économiques locaux de se signaler.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré sont limitées en nombre à 3 dispositifs bordant l'activité. Cette règle permet aux grandes activités de signaler leurs différents services (Drive, entrée, réception, etc.) en évitant de saturer l'information.

La commune souhaite réglementer les enseignes sur clôture en limitant leur nombre à une par voie bordant l'activité et 4 mètres carrés maximum. Ces dispositifs, comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré ne sont pas encadrés par le code de l'environnement. La commune a donc souhaité limiter les possibilités d'implantation pour ce type d'enseigne pas toujours qualitatif pour le paysage.

Enfin, les enseignes numériques étant autorisées sur la ZP1, la commune a mis en place une réglementation spécifique pour ces dispositifs. La commune autorise donc les enseignes numériques seulement si elles ne sont pas visibles d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route expresse, déviation ou d'une voie publique située hors agglomération. Par ailleurs, ces enseignes sont limitées à une par activité et 2 mètres carrés maximum. L'objectif de ces règles étant de permettre l'utilisation des nouvelles technologies en limitant les nuisances sur le paysage et les risques liés à la sécurité routière.

En zone de publicité n°2 (ZP2), la commune a interdit les enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet et les enseignes numériques. Il s'agit d'enseignes peu qualitatives pour le territoire.

Bien qu'autorisé en ZP2, la commune a encadré les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu en limitant la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement à 25 mètres carrés maximum. En effet, la plupart des dispositifs actuellement présent sur ce secteur sont des enseignes de petites tailles. La commune a donc souhaité entériner un état de fait pour préserver le cadre de vie de ses citoyens.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré sont limitées en nombre à 2 dispositifs bordant l'activité et 1,5 mètre de hauteur. L'objectif de la

commune est de réglementer des dispositifs non pris en compte dans la réglementation nationale. Cette réglementation a pour but de limiter leur nombre et leur implantation anarchique dans ce secteur.

Les enseignes sur auvents ou marquise, les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol et les enseignes sur clôtures sont limitées à une par voie bordant l'activité et 2 mètres carrés maximum.

En zone de publicité n°3 (ZP3), la commune a souhaité préserver son patrimoine bâti et architectural. A ce titre, elle a interdit les enseignes sur les arbres, sur les clôtures, sur les garde-corps de balcon ou balconnet, sur les toitures ou terrasses en tenant lieu, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré et les enseignes numériques. Il s'agit de dispositifs peu appropriés pour mettre en valeur le centre-ville et préserver ces espaces sensibles.

Le RLP pose des prescriptions spécifiques concernant les enseignes parallèles au mur en imposant, pour les activités situées en rez-de-chaussée, que les enseignes parallèles au mur soient implantées en-dessous des limites du plancher du 1^{er} étage.

Les enseignes sur auvents et marquises doivent être réalisées en lettres ou signes découpés. Et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré sont limitées à deux dispositifs par voie bordant l'activité et 1,5 mètre de hauteur.

Ces règles ont pour but de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et valoriser les espaces sensibles de la commune. La commune souhaite privilégier les enseignes qualitatives sur ces espaces.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses et numériques, lorsqu'elles sont autorisées, sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, claquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23h00 et 06h00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne.

La commune a également réglementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées en ZP2 (zone agglomérée).

L'ensemble de ces règles ont été établi de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.