PRÉFET
DU VAR
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction de la coordination des politiques publiques et de l'appui territorial
Bureau de l'environnement et du développement durable

COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

FORMATION « PUBLICITÉ »

Séance du 9 septembre 2020

COMMUNE	LA GARDE
DOSSIER	Révision du règlement local de publicité de la commune
PÉTITIONNAIRE	Métropole Toulon Provence Méditerranée
RAPPORTEUR	DDTM
TEXTE	Code de l'environnement : article L581-14-1

PRÉSENTATION DU DOSSIER

Mme Hélène BILL, première adjointe au maire déléguée à l'environnement, et Mme Valérie GRÉGORI, responsable du domaine public pour la publicité et les enseignes de la commune de La Garde sont invitées.
Elles sont accompagnées de Mme Inès GUILLER et Mme Aurélie MEYER pour la métropole Toulon Provence Méditerranée.
Le bureau d'études Gopub Conseil est représenté par M. Luther BÉRET.

Dans le cadre de la révision du *règlement local de publicité* (RLP) de la commune de La Garde, la *Métropole Toulon Provence Méditerranée* (MTPM) présente le projet du conseil métropolitain arrêté par délibération du 27 mai 2021 et analysé par la DDTM, la DREAL et l'UDAP.

Dotée d'un RLP depuis le 26 mars 1985, la commune a initié sa révision le 12 septembre 2016, puis, à la suite du transfert de compétences vers MTPM, a donné son accord, en mars 2018, pour que la métropole poursuive les procédures relatives à cette révision.

Le territoire de La Garde compte quatre monuments historiques, deux périmètres délimités des abords de monuments historiques, un site classé et un site inscrit. Il se caractérise également par des espaces naturels et patrimoniaux conséquents.
La présence d'axes majeurs et de zones d'activité d'un rayonnement intercommunal engendre une forte pression en matière de publicité extérieure.

M. BÉRET et M. GRUFFAZ présentent le projet selon le diaporama du bureau d'études et l'étude de la DDTM synthétisée dans son rapport ci-annexé.

Mme BILL indique, qu'à l'avenir, la commune souhaite restreindre la publicité dans l'espace public, en privilégiant la qualité des enseignes sur la quantité. Une ville « verte » ne peut faire cohabiter ronds points végétaux, espaces de biodiversité et murs publicitaires agressifs.

M. GRUFFAZ confirme que, compte tenu de sa prise de compétences, MTPM peut continuer la procédure jusqu'à la décision, l'élaboration et l'opposabilité du futur RLP métropolitain, qui est en cours d'élaboration jusqu'en 2022 et concerne les douze communes varoises du territoire de la métropole.

L'avis de la CDNPS sur ce dossier sera donc valable durant un an, dans l'attente du nouveau règlement local de publicité métropolitain.

M. GAFFORI relève que, la mise en conformité s'appliquant deux ans après la validation d'un RLP, le règlement métropolitain sera alors en cours ou peut-être même déjà en application. Il demande si le document examiné aujourd'hui pourra néanmoins être opposable.

Mme REBOULOT indique que, dans ce cas, la loi prévoit des dispositions transitoires. Les dispositifs conformes au RLP actuel, devenus illégaux du fait du nouveau RLP examiné ici, pourraient subsister pendant deux ans. Si, d'ici là, le RLP métropolitain est adopté, il bénéficiera d'un nouveau délai de deux ans pour mise en conformité.
Une étude permettra de définir, au cas par cas, ce qui est irrégulier aujourd'hui, ce qui le deviendra avec le nouveau RLP, et aura donc un délai pour rester en place, et ce qui le deviendra à nouveau avec le futur RLP métropolitain.

M. GRUFFAZ ajoute qu'une police de coordination sera mise en œuvre pour inventorier les divers cas et les réponses approuvées. La DDTM suggère à la commune de préparer ce travail en amont pour MTPM.

Mme REBOULOT rappelle que cette étude sera réalisée par la commune et, à partir de 2024, par la métropole.

La DDTM a consulté les services experts en matière de protection, notamment l'UDAP qui rappelle les servitudes afférentes au secteur sauvegardé ZP3 -secteur qui soulève le plus de demandes de mise en cohérence- et propose une interdiction de publicité, mesure plus forte que ce que proposait le RLP initial.

Mme REBOULOT note que le zonage retenu est simple, cohérent et adapté au territoire :

- la zone ZP1 correspond à la zone des activités, très prégnantes sur la commune ;
- le zonage ZP2 couvre les zones agglomérées autres que les activités patrimoniales ;
- la zone ZP3 est une zone de protection des espaces patrimoniaux.

Elle s'étonne, par contre, de découvrir dans le rapport de présentation l'introduction de dispositifs scellés au sol dans la zone ZP3, alors qu'ils sont plus impactants que la publicité murale. En outre, le règlement en vigueur interdit la publicité autre que sur le mobilier urbain. Les objectifs énoncés dans la délibération étaient d'adapter le règlement au bâti, comme indiqué lors des réunions de personnes publiques associées pendant l'élaboration de ce RLP.

Pour Mme GREGORI, cette mesure correspond à une demande des commerçants du centre-ville. Ces pré-enseignes, sous forme de lamelles directionnelles, permettent de les présenter et de renseigner la clientèle.

Mme REBOULOT précise qu'il est ici question de dispositifs publicitaires de 2 m², soit le format maximum accepté dans la zone. Ces lames constituent de la signalisation d'information locale et sont réglementées par le code de la route. Elles sont toujours possibles dans le cadre de la pré-direction.

M. BÉRET indique que le bureau d'études a hésité entre un format de 1 ou 2 m² mais que, compte tenu du dispositif d'accueil déjà imposant, il a choisi cette limitation à 2 m², format identique à la publicité posée sur le mobilier urbain.

Mme REBOULOT relève que ce sujet pose tout de même problème, car cela obligerait le commerçant à mutualiser son dispositif publicitaire. La signalisation routière qui est de l'information locale beaucoup plus sobre que ce que l'on peut voir en pré-enseignes.

Elle constate que la publicité numérique est ici limitée à 4 m², ce qui est un format réduit (le format maximum national est de 8 m²), mais qui correspond tout à fait aux objectifs. Par contre, un mât de support de 4,30 mètres et une hauteur totale de 6 mètres paraissent excessifs.
Ces enseignes au sol numériques sont notées comme « limitées à 4 m² en zones d'activités ZP1 », or, la ZP1 est, par définition, une zone d'activités.
Tous les commerçants peuvent poser ce type d'enseigne au sol, et les services d'urgence peuvent en mettre deux. Les pharmacies ont déjà une croix clignotante, le choix de deux enseignes supplémentaires au sol semble démesuré.
Les enseignes numériques clignotantes sont un droit dans la règle nationale mais rien n'oblige à suivre cette règle dans le RLP.

La commune veut protéger son territoire et son règlement actuel est déjà extrêmement strict, surtout pour les zones 2 et 3. Dans le rapport de présentation de 2017, on note vingt pages d'infractions relevées. La DREAL demande quelles ont été les actions de la commune depuis quatre ans contre ces dispositifs illégaux.

M. BLAISE et M. DANGEARD constatent également le nombre d'infractions, notamment dans la zone du parc naturel de Port-Cros, et regrettent que le travail des services de l'État et des associations ne soit pas suivi d'effet.

Mme GRÉGORI répond que, malgré l'attention portée par la commune, une partie de ces dispositifs est toujours en place, faute de pouvoir se rendre sur site et faire le nécessaire pour les enlever.

Mme MEYER ajoute que ce point fait partie des sujets à l'étude, dans le cadre de la phase de diagnostic sur le RLP métropolitain.

M. GAFFORI approuve cette démarche, car ces pratiques n'encouragent pas les communes à faire appel à la publicité, mais viennent plutôt concurrencer de manière illégale les activités des entreprises de publicité.

M. QUESNE s'interroge sur la justification la hauteur de six mètres concernant la publicité numérique. Il souligne qu'au moins 2,20-2,40 mètres sont nécessaires sous le panneau pour le passage des piétons.

M. GRUFFAZ suggère une limitation à quatre mètres au lieu de six, avec 2,20 mètres sous un panneau qui aurait pour dimensions 1,80 de haut et 2,20 de large.

M. QUESNE relève une incohérence entre la présentation des plans et le règlement joint, notamment sur les axes identifiés « hors agglomération ». En effet, sept ou huit sont présentés à l'écran et seulement deux dans le règlement. Il semblerait que ce dernier chiffre soit le bon, mais il conviendrait de le vérifier.

La zone industrielle et commerciale après le pont SNCF peut être considérée en bâti continu, ce qui est défini comme une « zone agglomérée » dans les textes. Placer la RN 98, côté Est de la commune, en axe hors agglomération entraînera une insécurité juridique, car elle se situe au sein de la ZP1. La jurisprudence en la matière est claire et confirme que le bâti continu définit la zone agglomérée et non les plaques d'entrée d'agglomération. Même remarque pour l'avenue Delattre de Tassigny, la vue aérienne confirme la situation en agglomération.

M. QUESNE souhaite évoquer également le format d'affiche retenu de 8 m², car cette problématique a déjà été traitée en CDNPS. Aujourd'hui, il existe un format autorisé de 12 m², soit 13,50 m² en incluant les moulures, pour une surface d'affichage de 8 m². Les entreprises de publicité souhaiteraient que le format retenu soit de 10,50 m², assorti d'une bordure simple d'encadrement. En effet, il précise qu'un panneau de 8 m² hors tout n'existe pas et ne pourra donc être commercialisé. De plus, ce choix obligerait à remplacer tout le matériel. Il y aurait une cohérence avec le mobilier urbain. Par contre, M. QUESNE invite à limiter la taille de l'encadrement face aux débordements de certaines sociétés : 10,50 m² correspondent à un encadrement de 0,10 mètre autour de l'affiche, nécessaire pour y loger le matériel du moteur et du mécanisme.

Mme REBOULOT remarque qu'à ce sujet, en page 46 du rapport de présentation, il est noté que, sur 324 publicités hors mobilier urbain sur la commune, il en existe seulement huit à poser sur mur ou clôture dont la surface est comprise entre 8 et 12 m². Les autres dispositifs ne dépassent pas 5 m² environ. Si c'est le cas, lorsque le règlement permet jusqu'à 8 m², il englobe vraiment tout ce qui existe. Mais, le chiffre de 324 peut surprendre. Aujourd'hui, la majorité de ce que l'on voit sur place serait plutôt du 12 m², donc 13,50 m² avec les encadrements.

M. GAFFORI note, qu'au sujet de l'éclairage, le rapport indique que le côté publicitaire pourrait être éteint en laissant le côté communication de la ville allumé. Cela est techniquement impossible, car une seule rampe de LED éclaire les deux côtés pour des soucis de fonctionnalité et d'économie d'énergie. En ce moment, par exemple, il y a d'un côté de la communication publicitaire pour le gouvernement français, et de l'autre, en communication ville, de la publicité pour une foire locale.

Concernant l'interdistance en ZP1, le rapport définit deux mobiliers sur un linéaire de 80 mètres, soit 60 mètres entre les deux, en laissant dix mètres de chaque côté. Mais, si on considère que l'unité urbaine voisine peut placer un mobilier dès la limitation, cela réduit considérablement l'interdistance. Aussi, 40 mètres paraissent plus justifiés, afin de laisser une distance raisonnable entre les panneaux.

Mme REBOULOT en convient, d'autant qu'il est également noté dans le rapport que deux publicités peuvent être posées dès 40 mètres de linéaires. Mais 60 mètres étant nécessaires entre les deux, il y a ici une petite incohérence. Il suffirait d'abaisser la distance à 40 mètres pour la façade et l'interdistance pour résoudre le problème.

La DDTM émet un avis favorable au projet de règlement local de publicité de la commune de La Garde, sous réserve de la prise en compte des prescriptions du service, et de celles de la DREAL et de l'UDAP énoncées en pièce jointe.

Mme la présidente de la CDNPS propose aux membres et à la représentante de la métropole, Mme BILL, de passer au vote.

VOTE	NOMBRE DE VOIX : 14
POUR	12
CONTRE	2 (M. QUESNE et M. GAFFORI)
ABSTENTION	0

PRÉFET
DU VAR
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction de la coordination des politiques publiques et de l'appui territorial
Bureau de l'environnement et du développement durable

COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

FORMATION « PUBLICITÉ »

Séance du 9 septembre 2020

COMMUNE	LA GARDE
DOSSIER	Révision du règlement local de publicité de la commune
PÉTITIONNAIRE	Métropole Toulon Provence Méditerranée
RAPPORTEUR	DDTM
TEXTE	Code de l'environnement : article L581-14-1

AVIS DE LA CDNPS

Les membres de la CDNPS émettent un avis favorable, à la majorité, au projet proposé par la MTPM pour la révision du règlement local de publicité de la commune de La Garde.

Cet avis est assorti des prescriptions suivantes :

→ en ZP3, seule la publicité sur mobilier urbain pourra être autorisée, hors espaces protégés et au format maximal de 2 m². Dans cette même zone les enseignes doivent respecter les lignes de la façade ainsi que tout élément architectural et ne peuvent donc pas être fixées sur les auvents ou marquises afin de s'intégrer davantage aux façades. Afin que les enseignes ne dénaturent pas la façade d'un immeuble ou d'une devanture commerciale, les ouvrages devront être réalisés en lettres découpées, sans bandeau de fond, et n'excédant pas la largeur de la baie ;

→ la hauteur des dispositifs publicitaires numériques en ZP1 et ZP2 devra être limitée à quatre mètres, au lieu de six mètres, y compris sur le mobilier urbain. De plus, les enseignes numériques devront être limitées à une par activité, et ne présentant que des images fixes.

La présidente de séance,
Anne SANSONE