DOMINE RESPONDE PRO ME

Commune de Montauroux

Règlement local de publicité

Arrêté municipal n° ..... du .....

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

083-218300812-20130627-2013-052-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 02/07/2013

Commune de Montauroux

Arrêté réglementant la publicité extérieure sur le territoire de la commune de Montauroux.

Le maire de la commune de Montauroux,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales ;

Vu le Code de l'Environnement, notamment - livre V - titre VIII ;

Vu l'arrêté du ministère des affaires culturelles du 26 septembre 1967, inscrivant sur l'inventaire des sites pittoresques du département du Var l'ensemble formé sur la commune de Montauroux par le village et ses abords ;

Vu la délibération du conseil municipal en date du 10 décembre 2010 prescrivant l'élaboration d'un règlement local de publicité sur le territoire de la commune de Montauroux ainsi que les modalités de concertations notifiée au préfet, au président du conseil général, au président du conseil régional, au président de la communauté de communes du Pays de Montauroux (établissement public chargé de la mise en œuvre du SCOT), aux présidents de la Chambre de Commerce et d'Industrie et de la Chambre des Métiers ;

Vu la délibération du conseil municipal prenant acte du débat sur les orientations générales du projet de règlement local de publicité (RLP) en date du 18 mars 2011;

Vu la réunion publique de concertation organisée le 12 avril 2011 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux ;

Vu la délibération du conseil municipal en date du 28 juin 2012 arrêtant le projet de RLP et faisant le bilan de la concertation ;

Vu l'avis favorable de la commission départementale de la nature des paysages et des sites réunie en formation de la publicité le 3 octobre 2012 ;

Vu les conclusions de l'enquête publique ordonnée par arrêté du maire du 12 février 2013 qui s'est déroulée du 5 mars au 5 avril 2013 ;

Vu la délibération du conseil municipal approuvant le RLP ;

Considérant la volonté de la commune de Montauroux d'améliorer la qualité de ses paysages urbains, en particulier aux abords de la RD 562 et ainsi de renforcer son image le long d'un axe très fréquenté la traversant ;

Considérant la volonté de la commune de garantir un cadre de vie de qualité à ses habitants, des entrées de ville attractives et des zones d'activités dynamiques ;

Considérant la vocation touristique de la commune de Montauroux ;

Considérant la nécessité de protéger, voire, de mettre en valeur le patrimoine architectural du centre village compris dans le périmètre d'un site inscrit ;

arrête :

CHAPITRE I. DISPOSITIONS COMMUNES

ARTICLE 1.1 – APPLICATION DU CONTEXTE LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE

En application des dispositions du Code de l'environnement livre V - titre VIII, le présent règlement adapte au contexte local la réglementation nationale.

Tous les points de la réglementation nationale qui ne sont pas expressément modifiés par le présent règlement restent applicables de plein droit.

ARTICLE 1.2 - DELIMITATION DES ZONES DE PUBLICITE REGLEMENTEE

Trois zones de publicité réglementées distinctes sont instituées dans l'ensemble du territoire de la commune de Montauroux.

Ces zones sont délimitées sur le plan ci-annexé. Les prescriptions relatives à chacune de ces zones figurent dans les dispositions communes (articles 1.3 à 1.6) et dans les dispositions spécifiques à chaque zone (Chapitres II à IV).

1.2.1 - La Zone de Publicité Réglementée 1 (Z.P.R. 1). – Habitation et équipements en agglomération

Cette zone, matérialisée en vert sur le plan annexé concerne l'ensemble des secteurs à vocation principale d'habitation et d'équipement situés en agglomération.

1.2.2 - La Zone de Publicité Réglementée 2 (Z.P.R. 2). – Activité hors agglomération

Cette zone, matérialisée en orange sur le plan annexé, regroupe les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle. Elle englobe notamment les zones d'activité situés le long des D562 et D 37.

1.2.3 - La Zone de Publicité Réglementée 3 (Z.P.R. 3). – Hors agglomération

Cette zone concerne l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération non compris dans la ZPR 2.

ARTICLE 1.3 - DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES

1.3.1 - Autorisation d'enseigne

- Conformément à l'article L 581 - 18 du Code de l'environnement, toute installation d'enseigne à l'intérieur des zones de publicité réglementée doit faire l'objet d'une autorisation préalable du maire, après présentation du dossier de demande d'installation d'enseigne dont le modèle est disponible en mairie. Sur les monuments historiques classés et inscrits et dans leur champ de visibilité, l'avis de l'architecte des bâtiments de France est requis.

- L'autorisation pourra être refusée si les enseignes, par leurs dimensions, leur nombre, leurs couleurs (couleurs fluorescentes) ou leur implantation, portent atteinte à la qualité architecturale, urbaine ou paysagère des lieux.

1.3.2 –Superficie d'une enseigne

- Pour les enseignes en lettres et/ou signes découpé(e)s, la superficie de l'enseigne est calculée sur la base du parallélogramme dans lequel s'inscrivent ces lettres et/ou signes.

- Le panneau de fond ou l'aplat de couleur se distinguant de la couleur de la façade d'un bâtiment et servant de support aux inscriptions doit être comptabilisé dans le calcul de la superficie totale d'une enseigne.

1.3.3 – Systèmes interdits

- Les enseignes scellées au sol de plus de 2 faces.

1.3.4 – Prescriptions relatives aux enseignes lumineuses

- Afin d'améliorer la qualité esthétique de ces dispositifs, les enseignes scellées au sol ne peuvent pas être les supports d'éclairage externe par projection.

- Les dispositifs d'éclairage externes des enseignes apposées à plat sur façade ne peuvent pas dépasser une saillie de 25 cm par rapport au mur support. Les spots doivent être espacés les uns des autres d'au moins 1 mètre.

- Les enseignes lumineuses de type néon doivent être apposées à plat sur la façade uniquement, à l'exception des enseignes lumineuses signalant les pharmacies, les vétérinaires et les services d'urgence qui peuvent être perpendiculaires à la façade ou scellées au sol.

- Elles doivent être en lettres et/ou signes découpé(e)s et ne doivent pas être ni clignotantes, ni animées.

- Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 22h et 6h, sauf pour les établissements ouverts au public au-delà de cet horaire. Ces derniers pourront conserver leur(s) enseigne(s) allumée(s) jusqu'à leur fermeture.

- Il est demandé d'utiliser des dispositifs satisfaisant à des prescriptions techniques fixées par arrêté du ministre en charge de l'environnement, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance (en candelas par mètres carrés) et l'efficacité lumineuse des sources utilisées (en lumens par watt).

ARTICLE 1.4 - PRESCRIPTIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES TEMPORAIRES

- Elles sont soumises aux prescriptions relatives aux enseignes de la zone dans laquelle elles sont installées. Cependant, les dispositifs de type bâche plastique sur façade sont tolérés. Elles ne doivent pas être installées en sus du nombre d'enseignes autorisées par établissement dans la zone, à l'exception des enseignes apposées à plat sur façade lors des périodes officielles des soldes et en cas de liquidation de biens.

Ces enseignes temporaires surnuméraires doivent être apposées uniquement sur vitrine.

- Pour les opérations de plus de trois mois, il ne peut y avoir qu'une enseigne scellée au sol ou apposée directement sur le sol par voie bordant l'opération, quelle que soit la zone. La surface maximale de cette enseigne est de 6 m². Sa hauteur maximum est de 4 m.

- Les enseignes temporaires sur palissade de chantier sont limitées à 1 dispositif d'une surface maximale de 12 m² par palissade.

ARTICLE 1.5 - PRESCRIPTIONS RELATIVES AUX PREENSEIGNES TEMPORAIRES

- En agglomération, elles ne peuvent occuper que les emplacements prévus pour la publicité (y compris sur mobilier urbain).

- Hors agglomération, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L. 581-20 du code de l'environnement doivent être signalées dans les conditions prévues par la réglementation nationale pour les préenseignes dérogatoires (Cf. annexes).

ARTICLE 1.6 - AFFICHAGE D'OPINION

- Dans les zones de publicité réglementée, les emplacements réservés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont implantés selon les modalités fixées aux articles R.581-2 à 4 du Code de l'Environnement et par l'arrêté municipal pris pour leur application.

CHAPITRE II. PRESCRIPTIONS RELATIVES A LA ZONE DE PUBLICITE REGLEMENTEE 1 (Z.P.R. 1)

ARTICLE 2.1 - PRESCRIPTIONS RELATIVES AUX DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ET AUX PREENSEIGNES NON LUMINEUX.

2.1.1 - Dispositifs interdits

- La publicité posée ou scellée au sol ainsi que sur mobilier urbain.
- La publicité sur véhicule à usage publicitaire.

2.1.2 - Publicité sur bâtiments et clôtures

- La publicité sur bâtiment et clôtures est interdite dans le périmètre du site inscrit rapporté sur le plan de zonage.
- Elle est également interdite sur les monuments historiques classés ou inscrits et à moins de 100 m et dans leur champ de visibilité.
- Seuls les murs aveugles situés en agglomération peuvent recevoir de la publicité, y compris si le bâtiment n'a pas une fonction d'habitation.
- Les murs de clôture et de soutènement ne peuvent pas servir de support pour la publicité.
- La surface maximum autorisée d'affichage utile est du tiers de la façade, dans la limite de 4 m², à affiche unique et sans mécanisme.
- Les bordures de l'affiche ne doivent pas excéder 10 cm de large.
- Un dispositif maximum par façade.
- 50 cm doivent rester libres entre le bord du mur support et le bord du dispositif.
- Les publicités ne peuvent dépasser une hauteur de 5 m ni, en tout état de cause, dépasser la limite d'égout du toit.
- Les publicités ne peuvent recouvrir les supports en pierres apparentes et en bois ou bardés de bois.
- Les passerelles, échelles, gouttières à colle et autres dispositifs annexes fixes sont interdits.

2.1.3 – Publicité sur palissades de chantier

- Elle ne doit pas dépasser les limites de la palissade.
- La surface unitaire maximale bordures incluses est de 5 m².
- La partie supérieure du dispositif doit être implantée à une hauteur maximale de 3,5 m par rapport au sol.
- S'il y a plusieurs dispositifs, ils doivent être de formats identiques, alignés et espacés d'au moins 50 m de bord à bord.
- La durée d'installation est limitée à la durée du chantier sans pouvoir excéder 24 mois.

ARTICLE 2.2 - PRESCRIPTIONS RELATIVES A LA PUBLICITE LUMINEUSE

- La publicité lumineuse est interdite, conformément aux dispositions de l'article R.581-34 du code de l'Environnement.
- Les dispositifs supportant des affiches éclairées par projection sont interdits, y compris sur mobilier urbain support de publicité. Seuls les dispositifs éclairés par transparence sont tolérés.
- Les dispositifs d'éclairage autorisés doivent être éteints entre 22 h et 6 h.

ARTICLE 2.3 - PRESCRIPTIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES.

2.3.1 - Systèmes interdits

- Les enseignes sur toiture et terrasses tenant lieu de toiture, sur balcon ou sur une clôture non aveugle.
- Les enseignes éclairées par transparence de type "caisson lumineux" à l'exception des dispositifs type logo de 0,50 m² maximum et des lettres découpées de type boîtier rétro éclairé.
- Les néons périphériques, soulignant, par exemple, la façade ou la vitrine des établissements.
- Les enseignes sur façade en dehors de la partie commerciale de la devanture, notamment, sur des portions comportant les portes d'accès aux habitations des étages.
- Tout autre système que ceux mentionnés aux paragraphes 2.3.2 à 2.3.4 (banderoles, mats porte-drapeaux, structures gonflables.).

2.3.2 - Les enseignes scellées au sol ou posées sur le sol

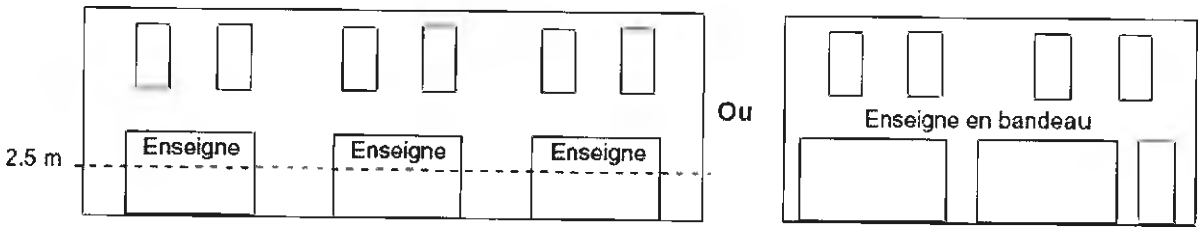
- Seuls les établissements dont le bâtiment commercial se situe en retrait de 4 m minimum de l'alignement de façades bordant la voie publique peuvent bénéficier d'une seule enseigne scellée au sol.
- Elle ne peut se cumuler avec une enseigne apposée perpendiculairement à un mur.
- Les enseignes scellées au sol sont soit mono pied limitées à 3,50 m de hauteur et à 0,60 m² maximum, soit sans pied (totem) limitées à 2 m de hauteur et à 2 m² maximum.
- En outre, un chevalet de 1 m de haut par 0,7 m de large maximum peut être autorisé au droit de l'établissement signalé sur son domaine privé s'il laisse un passage libre dédié à la circulation piétonne de 1,4 m de large minimum.

2.3.3. - Les enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur

Trois catégories d'enseignes à plat sur façade sont autorisées :

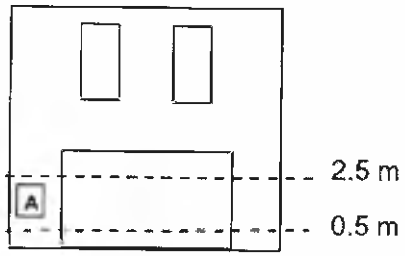
Les enseignes en bandeau

- Si la devanture a un entourage en pierres apparentes, l'enseigne doit être réalisée en lettres découpées apposées soit directement sur les murs, soit sur les vitrines.
- Si la devanture est un coffrage en bois, l'enseigne doit être peinte directement sur le linteau ou exécutée en lettres découpées. Le panneau du linteau doit être de la teinte générale du coffrage.
- La hauteur des lettres composant l'enseigne en bandeau ne doit pas dépasser 0,5 m de haut sur une ligne d'écriture. En cas de panneau de fond ou d'aplat, la hauteur maximum du bandeau est limitée à 0,8 m.
- Le nombre maximum d'enseignes en bandeau par façade d'établissement apposées sur les murs porteurs est d'un dispositif plus un dispositif au-delà de 10 m linéaires de façade.
- Le nombre maximum d'enseignes par façade d'établissement, apposées sur vitrine ou sur l'imposte correspond au nombre de vitrines individualisées, séparées par un montant, présentes sur la façade commerciale. Ces enseignes ne peuvent se cumuler avec les enseignes sur mur porteur. Elles ne peuvent être implantées à moins de 2,5 m du sol.

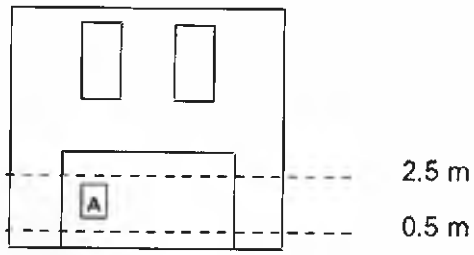


Les enseignes en applique

- Une enseigne en applique par façade d'établissement est admise en sus des enseignes en bandeau sur les montants bordant les vitrines ou sur vitrine.
- La surface individuelle maximum de cette enseigne est de 1 m².
- Elle doit être à une hauteur comprise entre 0,5 m et 2,5 m du sol.
- La hauteur des lettres découpées (peintes, fixées ou collées) est limitée à 0,15 m.



Ou



Les enseignes sur auvent

- Des enseignes sur auvents et/ou stores (bannes) sont admises si elles ne se cumulent pas avec une enseigne en bandeau. Elles ne peuvent cependant occuper que la frange verticale des auvents (lambrequins). La hauteur des lettres est limitée à 0,3 m.

Autres dispositions :

- Les enseignes apposées à plat ne doivent pas recouvrir plus de 15 % de la façade de l'établissement (baies vitrées comprises).
- La partie supérieure de ces enseignes ne doit pas dépasser les appuis des fenêtres du premier étage, sauf si l'activité commerciale ouverte au public occupe les étages supérieurs. Dans ce cas, seules les enseignes sur auvent sont tolérées.
- La saillie maximale des enseignes est de 0,16 m par rapport au support, sauf pour les enseignes sur auvent.

Les enseignes sur auvent fixe ou rétractable (en position repliée) ainsi que les enseignes sur auvent aux étages supérieurs ne doivent pas dépasser une saillie de 0,25 m par rapport à la façade.

2.3.4. - Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur

- Une seule enseigne est autorisée par façade d'établissement.
- Les établissements sous licence (presse, tabac, loto, PMU) peuvent disposer d'une enseigne supplémentaire par façade, spécifique à l'une de ces activités, ou commune.
- Ces dispositifs ont au maximum, une surface de 0,50 m², une épaisseur de 0,12 m et une saillie par rapport à la façade de 0,80 m.
- Sur le domaine privé, la partie inférieure de l'enseigne doit être positionnée à une hauteur minimum de 2,50 m par rapport au sol.
- Sur le domaine public, cette hauteur doit respecter le règlement de voirie du gestionnaire de voirie concerné.
- La partie supérieure de ces enseignes ne doit pas dépasser les appuis des fenêtres du premier étage.

CHAPITRE III. PRESCRIPTIONS RELATIVES A LA ZONE DE PUBLICITE REGLEMENTEE 2 (Z.P.R. 2)

ARTICLE 3.1 - PRESCRIPTIONS RELATIVES AUX PREENSEIGNES

- Seules les activités dérogatoires (Cf. lexique) peuvent être signalées sous réserve de l'autorisation du gestionnaire de voirie ou du propriétaire du terrain.

Elles doivent être signalées dans les conditions prévues par la réglementation nationale pour les préenseignes dérogatoires (Cf. annexes).

ARTICLE 3.2. PRESCRIPTIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES.

3.2.1 - Systèmes interdits

- Enseignes sur balcon, terrasses tenant lieu de toiture, ou devant une clôture non aveugle.
- Tout autre système (banderoles, structures gonflables, dispositifs posés sur le sol...) que ceux mentionnés aux paragraphes 3.2.2 à 3.2.5.

3.2.2 - Les enseignes scellées au sol

- Seuls les établissements ne bénéficiant pas d'une mention sur un relais d'information service peuvent bénéficier d'une enseigne scellée au sol.
- Seuls les établissements dont le bâtiment est en retrait d'au moins 10 m par rapport au bord extérieur de la chaussée de la voirie les bordant peuvent bénéficier d'une seule enseigne scellée au sol.
- Les enseignes scellées au sol ne peuvent se cumuler avec une enseigne en drapeau (perpendiculaire).
- Les enseignes scellées au sol peuvent être soit directement scellées au sol et sans pied, soit mono pied.
- Les enseignes directement scellées au sol et sans pied ne doivent pas faire plus de 4 m² et 3 m de haut maximum (totem).
- Les enseignes mono pied ne doivent pas faire plus de 2 m² et 2,5 m de haut maximum ou 1 m² et 3,5 m de haut maximum.
- Les enseignes scellées au sol doivent respecter un recul minimum de 5 m par rapport au bord extérieur de la chaussée de la voirie bordant l'établissement concerné.

3.2.3 - Les enseignes apposées à plat sur un mur

- Les enseignes apposées à plat sur un mur ne doivent pas recouvrir plus de 10 % de la façade de l'établissement (baies vitrées comprises) ou du mur support (clôture et mur de soutènement) dans la limite de 25 m² pour chaque enseigne peinte et/ou en lettres découpées sans panneau de fond et 12 m² pour les autres enseignes (par façade ou par mur).
- Le nombre des enseignes est limité à 2 par façade d'établissement.
- La hauteur des enseignes apposées à plat est limitée à la ligne d'égout du toit de la façade support d'enseigne.
- La saillie maximale est de 0,16 m par rapport au support.
- Les enseignes en relief sont implantées à au moins 0,50 m des bords extérieurs du mur support.

3.2.4. - Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur

- Seuls les établissements dont la devanture commerciale est uniquement perpendiculaire ou dos à l'axe de la voirie publique principale les bordant ont droit à une enseigne perpendiculaire sur leur façade perpendiculaire.
- Une seule enseigne est autorisée par établissement.
- Les établissements sous licence (presse, tabac, loto, PMU) peuvent disposer d'une enseigne supplémentaire par façade, spécifique à l'une de ces activités, ou commune.
- Ces dispositifs ont au maximum, une surface de 1 m², une épaisseur de 0,12 m et une saillie par rapport à la façade de 1,20 m.
- Elles ne peuvent pas se cumuler avec une enseigne scellée au sol.

3.2.5. - Les enseignes apposées sur toiture

- Les enseignes en lettres découpées sont autorisées sur les toitures inclinées si elles ne dépassent pas le faîtage du toit et si une enseigne sur façade n'est pas possible.
- Elles ne peuvent se cumuler avec une enseigne sur façade.
- La hauteur maximale de l'enseigne est de 1,50 m.

CHAPITRE IV. PRESCRIPTIONS RELATIVES A LA ZONE DE PUBLICITE REGLEMENTEE 3 (Z.P.R. 3)

ARTICLE 4.1 - PRESCRIPTIONS RELATIVES AUX PREENSEIGNES DEROGATOIRES.

- Seules les activités dérogatoires (Cf. lexique) peuvent être signalées sous réserve de l'autorisation du gestionnaire de voirie ou du propriétaire du terrain.

Elles doivent être signalées dans les conditions prévues par la réglementation nationale pour les préenseignes dérogatoires (Cf. annexes).

ARTICLE 4.2 - PRESCRIPTIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES.

4.2.1 - Systèmes interdits

- Les enseignes sur toiture et terrasses tenant lieu de toiture, sur balcon ou sur une clôture non aveugle.
- Tout autre système (banderoles, structures gonflables, dispositifs posés sur le sol, perpendiculaires à la façade...) que ceux mentionnés aux paragraphes 4.2.2 et 4.2.3.

4.2.2 - Les enseignes scellées au sol

- Seuls les établissements dont le bâtiment est en retrait d'au moins 10 m par rapport au bord extérieur de la chaussée de la voirie les bordant peuvent bénéficier d'une seule enseigne scellée au sol.
- Les enseignes scellées au sol doivent respecter un recul minimum de 5 m par rapport au bord extérieur de la chaussée de la voirie bordant l'établissement concerné.
- Les enseignes scellées au sol sont soit mono pied limitées à 3,50 m de hauteur et à 0,60 m² maximum, soit sans pied (totem) limitées à 2 m de hauteur et à 2 m² maximum.

4.2.3. - Les enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur

- Les enseignes apposées à plat sur un mur ne doivent pas recouvrir plus de 10 % de la façade de l'établissement (baies vitrées comprises) ou du mur support (clôture et mur de soutènement) dans la limite de 25 m² pour chaque enseigne peinte et/ou en lettres découpées sans panneau de fond et 12 m² pour les autres enseignes (par façade ou par mur).
- Le nombre des enseignes est limité à 2 par façade d'établissement.
- La hauteur des enseignes apposées à plat est limitée à la ligne d'égout du toit de la façade support d'enseigne.
- La saillie maximale est de 0,16 m par rapport au support.
- Les enseignes en relief sont implantées à au moins 0,50 m des bords extérieurs du mur support.

CHAPITRE V. DISPOSITIONS FINALES

ARTICLE 5.1 - MODALITES D'APPLICATION.

La mise en conformité des dispositifs en place avec les dispositions du présent règlement doit intervenir au plus tard à l'issue du délai légal à compter de la dernière date de publication du présent arrêté. (La date de publication au recueil des actes administratifs figure sur la première page du présent arrêté)

Les dispositifs non conformes aux dispositions de la réglementation nationale antérieure au 1er juillet 2012 doivent être mis en conformité sans délai.

A défaut, des sanctions administratives et pénales prévues par le Code de l'Environnement seront engagées à l'encontre des contrevenants.

ARTICLE 5.2 - PUBLICATION.

Le présent arrêté et ses annexes sont tenus à la disposition du public en mairie de Montauroux ainsi qu'en Préfecture. Il sera affiché en mairie, sera mis en ligne sur le site internet de la ville, fera l'objet d'une mention en caractères apparents dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans tout le département et sera publié au recueil des actes administratifs de la commune.

ARTICLE 5.3 MESURES D'EXECUTION

Monsieur le préfet du département du Var,

Monsieur le maire de Montauroux,

Monsieur le directeur général des services de la mairie de Montauroux,

Monsieur le commandant de la gendarmerie,

Monsieur le chef de la police municipale de Montauroux,

ainsi que tous les agents de la force publique sont chargés, chacun en ce qui les concerne, de l'exécution du présent arrêté, dont une copie sera adressée à :

- Monsieur le directeur régional de l'environnement, de l'aménagement et du logement,
- Monsieur le chef du service départemental de l'architecture et du patrimoine;
- Monsieur le directeur départemental des territoires et de la mer,
- Monsieur le président du conseil général,

Fait à Montauroux, le

Le Maire

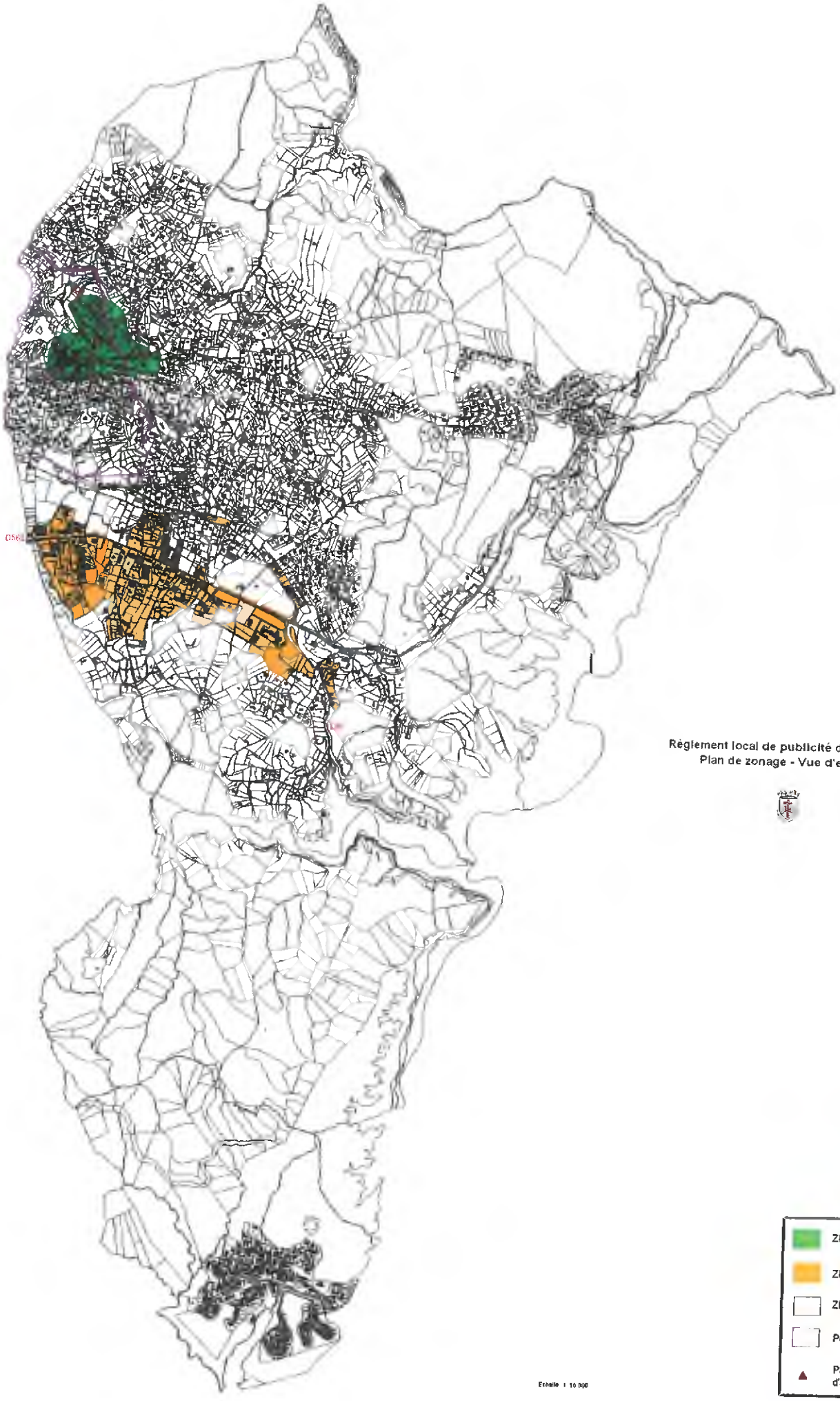
ANNEXES

AU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE MONTAUROUX

ANNEXE 1 : PLAN DE ZONAGE

ANNEXE 2 : LEXIQUE

ANNEXE 3 : ARRETE MUNICIPAL DEFINISSANT LES LIMITES D'AGGLOMERATION DE MONTAUROUX.



Règlement local de publicité de Montauroux
Plan de zonage - Vue d'ensemble

ZPR 1 - Habitations en agglomération

ZPR 2 - Activité hors agglomération

ZPR 3 - Hors agglomération

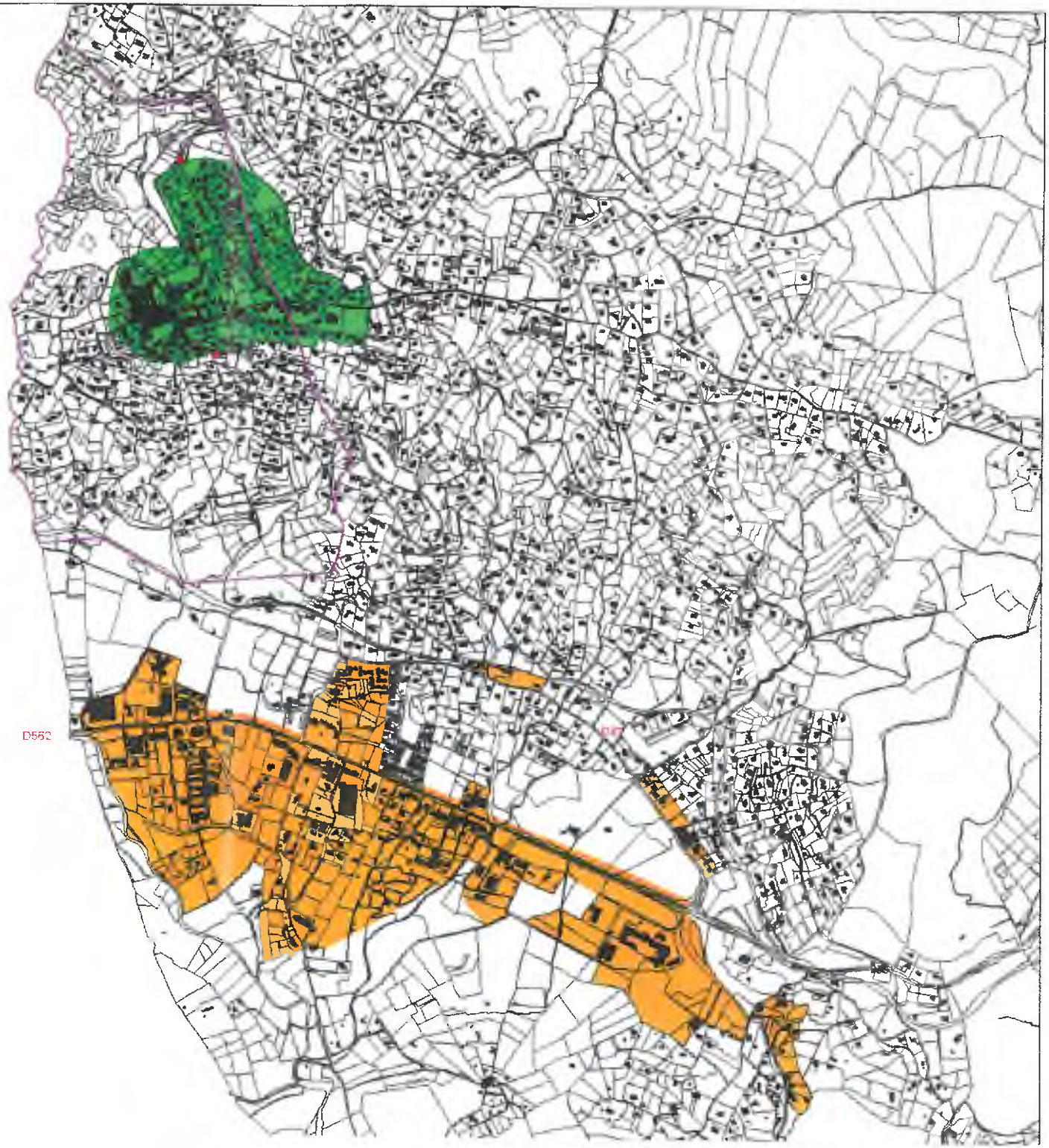
Périmètre du site inscrit

Panneaux de limite d'agglomération

Echelle : 1/16 000

Cartographie Atrice - Mai 2013

Règlement local de publicité de Montauroux
Plan de zonage



- ZPR 1 - Habitations en agglomeration
- ZPR 2 - Activite hors agglomeration
- ZPR 3 - Hors agglomération
- Perimetre du site inscrit
- Panneaux de limite d'agglomeration

Echelle 1:9500

Cartographie Alithos Mai 2011

ANNEXE 2 AU REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE.

LEXIQUE

Activités dérogatoires :

Activités pouvant bénéficier de préenseignes dérogatoires dans les conditions énoncées aux articles L.581-19, R581-71 à R581-73 du Code de l'Environnement. (Articles R581-66 et 67 à compter du 13 juillet 2015).

Il s'agit, jusqu'au 13 juillet 2015 : des activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement (garages, stations-service, hôtels, restaurants), des activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite, des services d'urgence ; à titre temporaire, des opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L. 581-20 du code de l'environnement.

Il s'agit, à compter du 13 juillet 2015 : des activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, des activités culturelles et des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ; A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L. 581-20 du code de l'environnement. Les autres activités ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière.

Conditions d'implantation des préenseignes dérogatoires :

- Format : de 1,5 m de large par 1 m de haut soit 1,5 m²
- Implantées à 5 m minimum de la chaussée
- Implantées à 5 km maximum de l'entrée d'agglomération où s'exerce l'activité ou du lieu d'activité. (10 km pour les monuments historiques)
- 4 dispositifs maximum sauf pour les activités culturelles et la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales dont c'est l'activité principale (2 dispositifs maximum).

Affichage utile :

Surface de l'affiche publicitaire hors cadre.

Agglomération :

Article R110-2 du Code de la Route : "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" [...]

Chaussée :

Article R110-2 du Code de la Route : "Partie de la route normalement utilisée pour la circulation des véhicules "

Enseigne :

Article L 581 - 3 du Code de l'Environnement : "toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce".

Enseigne en bandeau :

Enseigne allongée et horizontale placée sur le linteau surplombant une baie, sur la partie supérieure d'une baie ou sur l'imposte surplombant cette baie.

Enseigne en applique :

Enseigne de petit format appliquée (plaquée) sur un montant ou une baie de façade commerciale qui vient en complément de l'enseigne en bandeau.

Enseignes et préenseignes temporaires :

Articles L581-20 et R581-68 à R581-71 du Code de l'Environnement :

« 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.

Ces enseignes ou préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. »

Façade d'établissement :

Portion de la façade d'un bâtiment appartenant à un seul établissement (qui peut proposer plusieurs activités). Le long d'un même alignement urbain, on ne compte qu'une seule façade même si celle-ci comporte des décrochements.

Imposte :

Partie fixe ou mobile, vitrée ou non, occupant le haut d'une baie, au-dessus des éventuels battants de la baie et généralement en retrait des murs de la façade.

Linéaire de façade :

Le linéaire de façade à prendre en compte pour l'application des règles de densité par unité foncière est celui de la façade continue ouvrant sur la voie depuis laquelle la publicité est vue.

Linteau :

Dans le corps des articles du RLP, le linteau désigne la partie allongée horizontale au-dessus d'une baie, appartenant à un coffrage en bois et servant à recevoir une enseigne en bandeau.

Mobilier urbain recevant de la publicité :

Toute installation ayant fait l'objet d'une convention avec la commune, implantée sur le domaine public, présentant un caractère d'intérêt général et répondant aux dispositions des des articles R581-42 à R581-47 du Code de l'Environnement.

- les abris destinés au public (abris voyageurs notamment),

- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public,

- les colonnes porte-affiches ne pouvant supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles,

- les mâts porte-affiches ne pouvant comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 mètres carrés utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives,

- le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne pouvant supporter qu'à titre accessoire une publicité commerciale de la même surface totale que celle réservée à ces informations et œuvres (planimètres par exemple).

Montant :

Elément vertical supportant la façade en bordure d'une baie ou d'une porte.

Préenseigne :

Article L 581 - 3 du Code de l'Environnement : "toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée". Elle est normalement soumise au régime de la publicité en agglomération.

Publicité :

Article L 581 - 3 du Code de l'Environnement : "à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités".

Publicité lumineuse :

Article R581-34 du Code de l'Environnement : "publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet". Dispositif pouvant être éclairé par projection à l'aide d'un dispositif d'éclairage externe ou par transparence. Les néons ou lasers constituent des publicités lumineuses.

Unité foncière :

CE - 27 juin 2005 n°264667 : îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

Voirie :

Code de l'Urbanisme : Intégralité des espaces dédiés à la circulation des véhicules à moteur (chaussée) ou des piétons (trottoirs) sur un terrain public ou privé. Une voirie peut avoir un seul ou deux sens de circulation et comporter plusieurs **voies** parallèles.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur
083-218300812-20120420-2012-161-AR

Accusé certifié exécutoire
Réception par le préfet : 20/04/2012
Publication : 02/04/2012

N° : 2012 - 161
Objet :
Limites d'agglomération
MONTAUROUX

ARRETE MUNICIPAL

Le Maire de la Commune de Montauroux (Var),
Vu le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment l'article L 2213.1 à L 2213-4 ;
Vu le Code de la Route et notamment les articles R.411-2 et R.411-25,
Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière, livre I, cinquième partie, Signalisation d'indication,
Considérant qu'il y a lieu de fixer les limites d'agglomération afin de tenir compte des caractéristiques urbaines de la commune,

ARRÊTE

ARTICLE 1 : La zone, dénommée urbaine, sur la route départementale 37 du PR 32 + 775 (MONTAUROUX) au PR 33 + 856 (MONTAUROUX) constitue une agglomération, matérialisée par le positionnement des signaux de localisation EB10 et EB 20 (panneau d'entrée et de sortie d'agglomération) dans les deux sens de circulation.
Sur toutes les voies ouvertes à la circulation publique, situées à l'intérieur de l'espace défini à l'alinéa précédent, la circulation, l'arrêt et le stationnement des usagers de la route sont soumis aux prescriptions prévues à l'intérieur des agglomérations, sous réserve de dispositions différentes prises par les autorités compétentes.
ARTICLE 2 : La signalisation réglementaire conforme aux dispositions de l'Instruction Interministérielle sur la signalisation routière (livre 1, cinquième partie, signalisation d'indication) sera mise en place par les services de la Commune.
ARTICLE 3 : Les dispositions définies par le présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation.
ARTICLE 4 : Les dispositions définies par le présent arrêté abrogent et remplacent toutes les dispositions antérieures.
ARTICLE 5 : Le Maire de la Commune de MONTAUROUX, le Commandant du Groupement de Gendarmerie du Var et le Président du Conseil Général du Var sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au Recueil des Actes Administratifs de la Commune.

Fait à Montauroux, le 10 avril 2012

Le Maire,
Jean-Pierre BOTTERO

Le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de TOULON dans les deux mois à compter de sa publication

Commune de Montauroux

Rapport de présentation du Règlement local de publicité

Sommaire

Introduction 3
1 Contexte géographique et administratif 4
1.1. Localisation 4
1.2. Données chiffrées 4
1.3. Axes de communication 4
1.4. Activités économiques 4
1.5. Sites protégés 4
1.6. Contexte géographique 4
2 Historique de la démarche 5
2.1. Chronologie : 5
1- diagnostic de la publicité extérieure 5
2- Elaboration du règlement intercommunal de publicité. 6
3. Diagnostic 7
3.1. Objet du diagnostic 7
3.2. Problèmes identifiés 7
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu 8
3.4. Synthèse statistique 9
4. Orientations 11
4.1. Conforter sa forte vocation touristique en affirmant l'identité et l'image du territoire: 11
4.2 Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale : 12
4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes 12
5. Objectifs 13
5.1. Zonage : Trois niveaux de prescriptions 13
5.2. Objectifs pour les préenseignes 13
5.3. 5.3. Objectifs pour les enseignes 14
Objectifs pour les enseignes du centre-ville 14
Objectifs pour les enseignes en zones d'activité 15
5.4. Objectifs publicité 16
5.5. Economies d'énergie 17
Conclusion 17

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 123-13 et des dispositions transitoires de l'article L. 123-19 du même code.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. À défaut de document d'urbanisme, il est tenu à la disposition du public.

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 prescriptions adaptant les dispositions nationales.
  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.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 123-25 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale. *(Article R. 581-79 du code de l'Environnement)*

Les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet. Toutefois, une fois le RLP approuvé, ces compétences sont exercées par le maire au nom de la commune.

1. Contexte géographique et administratif

1.1. Localisation

La commune de Montauroux est située à l'est du département du Var (limitrophe des Alpes maritimes) et de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.
La commune appartient depuis sa création en 2006 à la communauté de communes du Pays de Fayence qui a son siège dans la commune.

1.2. Données chiffrées

La commune comptait selon l'INSEE 5419 habitants au 1er janvier 2010 sur un territoire de 33,54 km², soit une densité de 160 habitants par km².

1.3. Axes de communication

Les axes routiers principaux qui la traversent sont la D562 qui emprunte la plaine qui s'étend au pied des coteaux et la D37 qui passe par le village et rejoint le lac de Saint Cassien.

1.4. Activités économiques

L'essentielle de l'activité économique de la commune se concentre le long de la D562 dans la plaine agricole.
Le centre village comporte également de nombreux commerces et services.

1.5. Sites protégés

Le cœur du village, situé à 360 m d'altitude, fait partie des huit villages perchés du Pays de Fayence. Le caractère pittoresque du village et des paysages alentours, composés de coteaux boisés ont valu leur inscription à l'inventaire des sites pittoresques du département du Var en 1967.

1.6. Contexte géographique

Montauroux s'étage en gradins de 150 à 400 mètres d'altitude avec une exposition Sud face au massif de l'Esterel et à celui des Maures. Le lac de Saint-Cassien, la vallée de la haute Siagne et ses forêts constituent un environnement naturel unique. Situé à mi-distance de la mer à 30 km et des premières stations de ski à 40 km, Montauroux bénéficie d'un climat et d'un ensoleillement exceptionnels qui contribuent à en faire une commune fortement touristique.

2. Historique de la démarche

2.1. Chronologie :

L'affichage publicitaire non maîtrisé est un problème que beaucoup de communes françaises connaissent, et notamment dans les entrées de ville. Cela constitue un réel enjeu en termes de rayonnement, d'aménagement paysager, voire, de sécurité.

Devant la dégradation importante de son territoire liée à la présence anarchique de publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes - Cf. lexique en annexe) essentiellement concentrée dans la plaine, aux abords des zones d'activité le long de la RD 562 classée route à grande circulation et dans une moindre mesure, le long des RD 563, 19, 37 et 4, le conseil communautaire du Pays de Fayence a décidé, début 2009, de commander une étude pour résoudre cette problématique.

Le contenu de la mission en trois phases confiée en juillet 2009 à un bureau d'étude spécialisé était le suivant :
- Phase I : diagnostic de la publicité extérieure dans le Pays de Fayence.
- Phase II : Elaboration d'un règlement intercommunal de publicité (RIP).
- Phase III : Mise en œuvre du RIP

1- diagnostic de la publicité extérieure

- Juillet-aout 2009, réalisation du diagnostic des irrégularités en matière d'affichage publicitaire sur les grands axes du Pays de Fayence, et identification des sites nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.
Cette phase a été achevée le 7 octobre 2009 par sa restitution.

Il est apparu que quatre communes du Pays de Fayence limitrophes, particulièrement touchées par les débordements de l'affichage publicitaire justifiaient, dans un souci de cohérence, la mise en place d'un règlement de publicité intercommunal.
Les communes en question sont Callian, Fayence, Montauroux et Tourrettes.

Les représentants de ces quatre communes ont affirmé leur volonté de participer à l'élaboration d'un règlement intercommunal de publicité.

2- Elaboration du règlement intercommunal de publicité.

Cette phase a été entamée le 4 novembre 2009 par la présentation d'un projet de règlement intercommunal de publicité (RIP) pour les communes de Callian, Fayence, Montauroux et Tourrettes.

La démarche, engagée dans le cadre de la procédure ante Grenelle II a été interrompue du fait de la non constitution par le préfet du groupe de travail officiel chargé de finaliser le projet de RIP sollicité par délibérations des communes.

En juillet 2010, la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II modifie, notamment, certaines dispositions du Code de l'environnement dans son chapitre relatif à la publicité extérieure :

« Art. L. 581-14. – L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité [...]»

« Art. L. 581-14-1. – Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme [...]».

La démarche est réengagée fin 2010 selon la nouvelle procédure d'élaboration des RLP, sur le modèle de l'élaboration des plans locaux d'urbanisme.

La communauté de communes du Pays de Fayence n'étant pas compétente en matière de PLU, il n'était donc plus possible de faire un Règlement Intercommunal de Publicité (RIP) unique et chacune des quatre communes a dû délibérer pour se doter d'un règlement Local de Publicité (RLP) propre.
La procédure d'élaboration des RLP a néanmoins continué à être encadrée par le Pays de Fayence afin de préserver l'homogénéité des règlements.

La commune de Montauroux a délibéré le 10 décembre 2010 pour prescrire l'élaboration d'un règlement local de publicité sur son territoire, ainsi que les modalités de concertations. La délibération a été notifiée au préfet, au président du conseil général, au président du conseil régional, au président de la communauté de communes du Pays de Fayence, aux présidents des chambres consulaires ;
Une réunion publique de concertation a été organisée le 12 avril 2011 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux ;

3. Diagnostic

3.1. Objet du diagnostic

A partir d'un repérage de terrain, le prestataire a procédé à un recensement et une description de l'ensemble des dispositifs publicitaires non conformes dans le territoire communal, à savoir: enseignes, préenseignes, panneaux publicitaires, mobilier urbain, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Le diagnostic terrain date de juillet 2009, il est donc antérieur à la réforme du code de l'Environnement initiée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II et complétée par le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 applicable depuis le 1er juillet 2012.
Il ne perd cependant pas son utilité puisque la plupart des infractions constatées en 2009 sont toujours d'actualité. Il convient cependant de souligner que, compte tenu du durcissement global de la réglementation sur la publicité extérieure, le nombre de dispositifs non conformes est selon toute probabilité bien supérieur depuis le 1er juillet 2012.
Il faut également préciser que les nouvelles dispositions réglementaires applicables à la publicité extérieure restent en-deçà des objectifs de la commune.

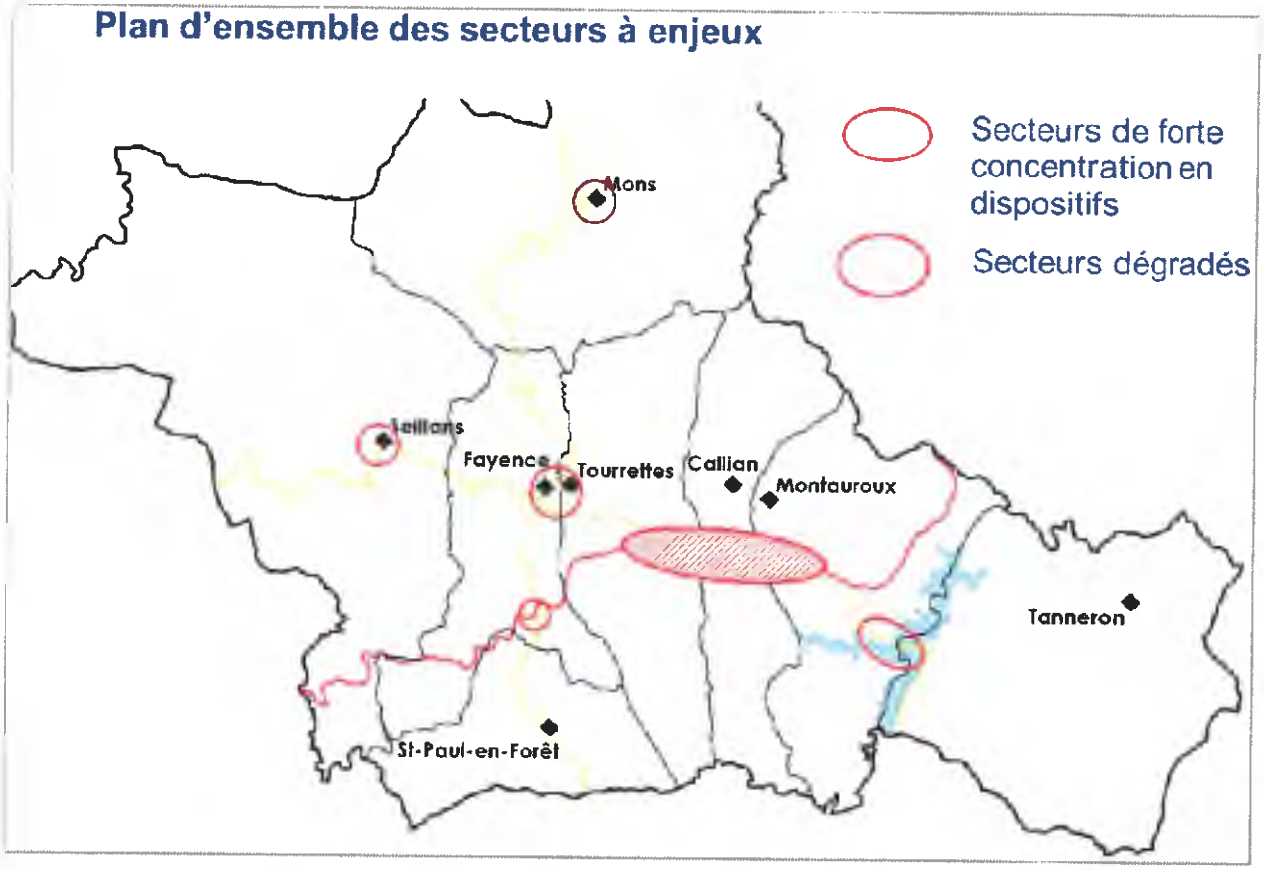
3.2. Problèmes identifiés

Le diagnostic a fait apparaitre diverses problématiques dans la commune en termes d'affichage :
- Préenseignes qui prolifèrent notamment le long des RD 562 et RD 37.
- Enseignes de grande dimension et en surnombre,
- affichage sauvage lié à des manifestations,
- qualité perfectible des enseignes,

Le RLP doit apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune ;

3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



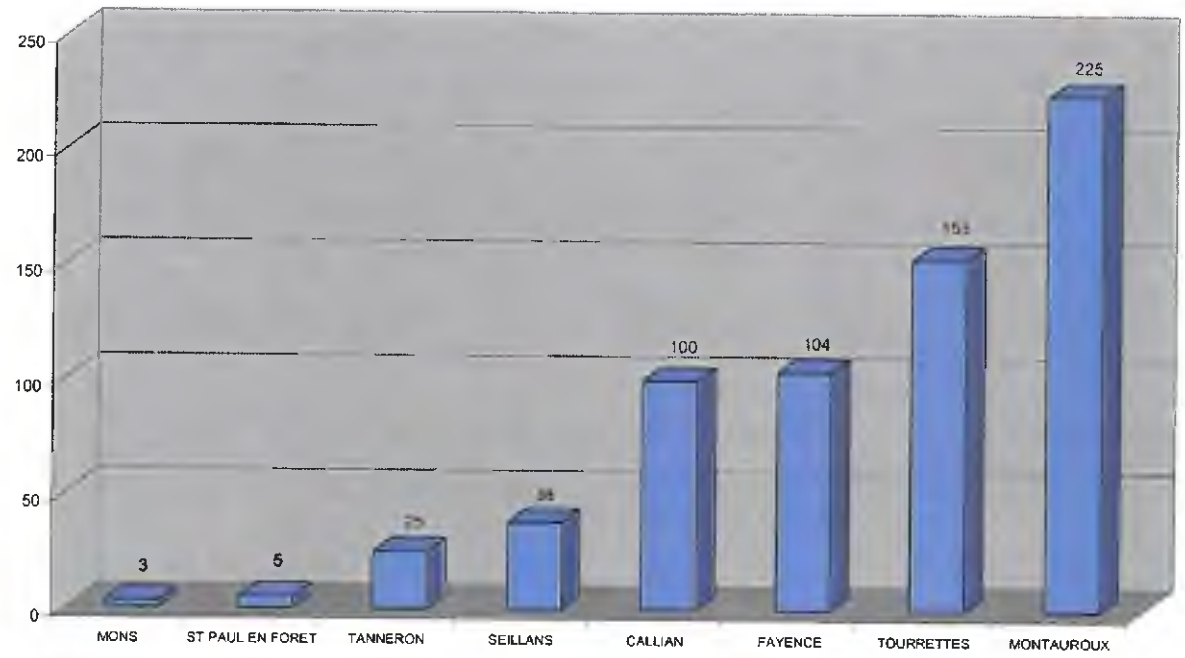
Le secteur le plus dégradé est situé dans la plaine, le long de la RD562 et au niveau des zones d'activité qui la borde. Il touche en particulier les communes de Tourrettes, Callian et Montauroux.

Le diagnostic révèle que la dégradation de la plaine a également un impact fort sur les perspectives paysagères sur les villages environnants qui ont la particularité d'être perchés.

En ce qui concerne Montauroux, la plupart des activités commerciales sont concentrées en bordure des D562 et D37.

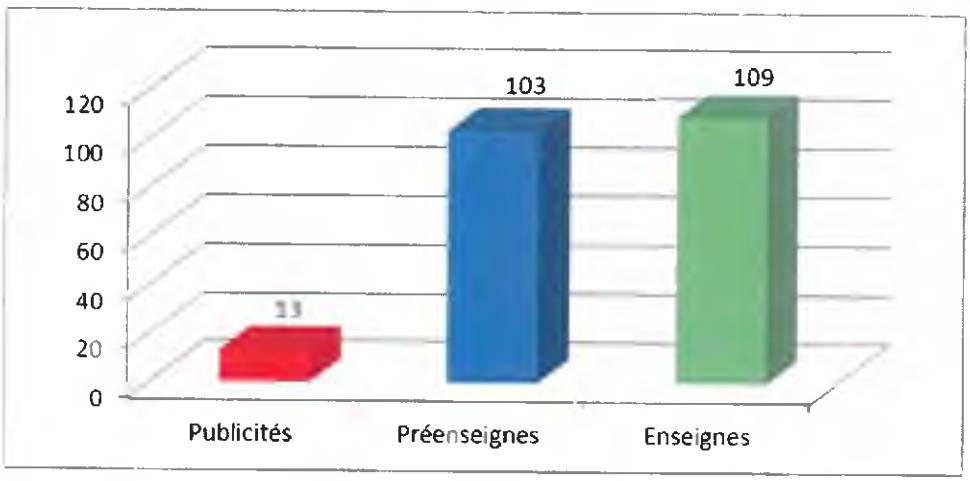
3.4. Synthèse statistique

La dégradation du territoire se caractérise par un nombre important de dispositifs en infraction avec le Code de l'Environnement.
653 dispositifs en infraction ont été recensés en juillet 2009 répartis inégalement dans les 8 communes du Pays de Fayence.



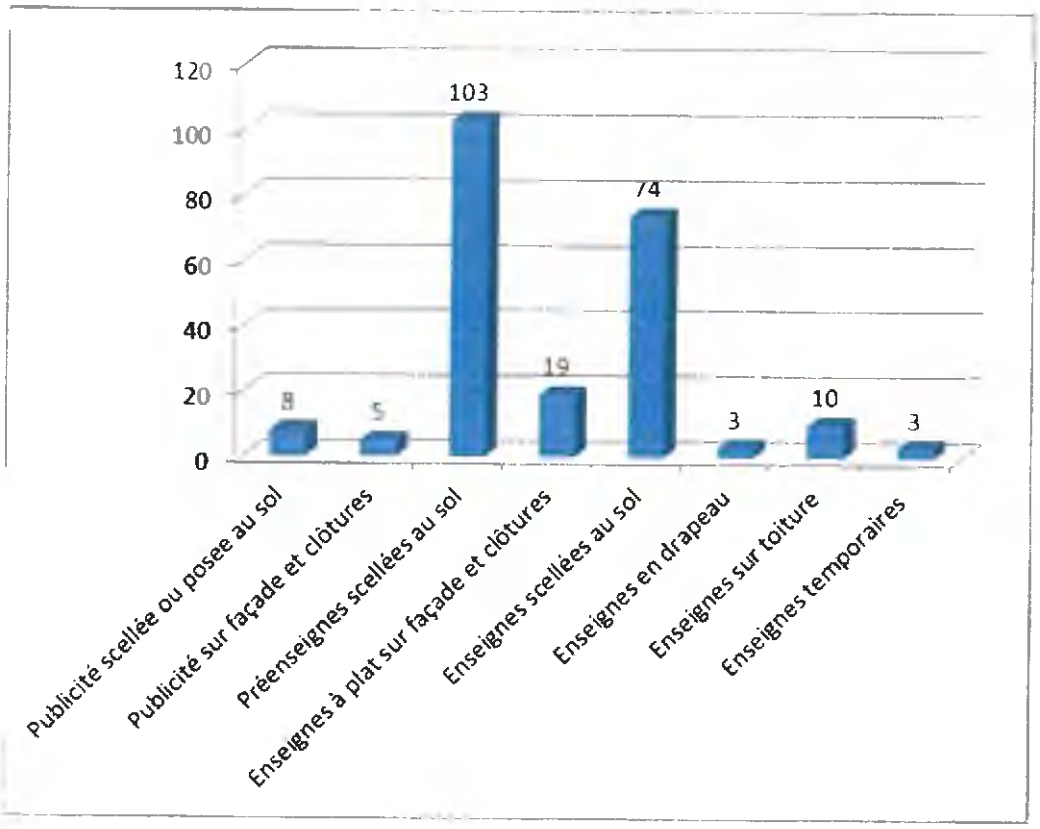
Quatre communes sur les 8 (Callian, Fayence, Montauroux et Tourrettes) comptent 582 infractions, soit près de 90 % du total.
La commune de Montauroux comptait pour sa part 225 dispositifs en infraction avec la réglementation nationale en vigueur.

Nombre d'infractions par catégories de dispositifs à Montauroux



Le diagnostic a fait ressortir que la majorité des infractions était le fait des enseignes (109 dispositifs sur 225) et des préenseignes (103 dispositifs), installées par les entreprises souhaitant se signaler.
Il a donc été décidé que, parallèlement à la mise en place de RLP, une étude devait être menée pour établir un schéma de signalisation des zones d'activité et proposer une alternative légale et harmonisée aux publicités et préenseignes non conformes.

Nombre d'infractions par catégories de dispositifs détaillées à Montauroux



Après les préenseignes scellées au sol, ce sont les enseignes scellées au sol (74) qui comptaient le plus de dispositifs non conformes, le plus souvent en raison du dépassement du nombre d'enseignes scellées autorisées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.
Les enseignes sur toiture (10) font également partie des dispositifs les plus souvent non conformes avec la réglementation nationale, le plus souvent, en raison de dispositifs en lettres non découpées.

Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que de nombreux dispositifs conformes vis-à-vis de la réglementation nationale, portaient cependant un préjudice important au territoire et que la simple application de la réglementation nationale ne serait pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionnaient les communes.

4. Orientations

Aujourd'hui la réglementation nationale autorise des dispositifs qui ne sont pas adaptés aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère, identifiés par la commune de Montauroux.
Soucieuse du cadre de vie de ses habitants et de la vocation touristique de la commune, la municipalité s'est donc prononcée en faveur d'une réduction de l'affichage publicitaire sur son territoire et souhaite pour cela adopter un règlement local de publicité (RLP).

Sur la base du diagnostic, la commune de Montauroux, en concertation avec les communes de Callian, Fayence et Tourrettes a défini les grands enjeux et les orientations de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure :

Remarque : *Pour les besoins de la démonstration, certains exemples photographiques sont pris en dehors de la commune ou de la communauté de communes du Pays de Fayence.*

4.1. Conforter sa forte vocation touristique en affirmant l'identité et l'image du territoire:

- En améliorant la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers la traversant qui constituent la première vitrine du territoire et en particulier, les abords de la RD 562 et de la RD 37 à Montauroux ;
- En protégeant, voire, en mettant en valeur le patrimoine architectural du centre village ;
- En valorisant le patrimoine paysager par la préservation des perspectives sur les collines et sur les villages perchés depuis la plaine.

Valoriser le patrimoine architectural

Valoriser le patrimoine paysager

4.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :

- en privilégiant la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activité.

Enseignes de zone d'activité à améliorer

4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes

- en limitant les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière

Préenseignes en concurrence avec la signalisation routière

5. Objectifs

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Montauroux a arrêté les objectifs permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son règlement local de publicité.

5.1. Zonage : Trois niveaux de prescriptions

Trois zones de publicité réglementées distinctes sur l'ensemble du territoire de la commune de Montauroux, sont identifiées afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés.

- La zone de publicité réglementée n° 1 concerne l'ensemble des secteurs à vocation principale d'habitation et d'équipement situés en agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 2 concerne les zones d'activité existantes ou projetées hors agglomération. Elle englobe notamment les zones d'activité situées le long des RD 562 et RD 37, hors agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 3 concerne l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération non compris dans la zone de publicité réglementée n° 2. Elle permet de réglementer le format des enseignes des établissements isolés.

5.2. Objectifs pour les préenseignes

- Seules les activités dérogatoires peuvent être signalées.
- Les préenseignes dérogatoires restent soumises aux dispositions du régime général.
- En dehors du RLP, développer le jalonnement routier des zones d'activités et les relais d'information service. Ces relais sont composés de plans de ville ou de zone d'activité indiquant les différents commerces.

5.3. 5.3. Objectifs pour les enseignes

Remarque : *Pour les besoins de la démonstration, certains exemples photographiques sont pris en dehors de la commune.*

Objectifs pour les enseignes du centre-ville

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade.

Objectifs pour les enseignes en zones d'activité

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des **enseignes à plat sur façade**.

Limiter la surface des enseignes sur façade en proportion de la surface commerciale de la façade (comme le prévoit la réglementation nationale depuis le 1er juillet 2012). Au-delà de la réglementation nationale, limiter le nombre d'enseignes par façade d'établissement et prescrire un seuil maximum par enseigne (25 m²).

- Proscrire les **enseignes sur toiture** au profit des enseignes à plat sur façade afin de préserver les perspectives sur les paysages environnants.

Améliorer la lisibilité des zones d'activités en limitant le nombre et la surface des **enseignes scellées au sol**

Au-delà de la réglementation nationale qui limite le nombre des enseignes scellées au sol à 1 dispositif par voie bordant l'activité (depuis le 1er juillet 2012), prescrire des formats maximum en fonction du type de dispositif (6 m² sous forme de totem, 2 m² sous forme de mono pied..)

Enseignes en surnombre à proscrire

Enseigne de type totem à favoriser

5.4. Objectifs publicité

- Favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre, la surface et la densité des publicités sur façade.

- - Maintenir l'interdiction de la publicité scellée au sol prévue par le régime général.
- - Maintenir l'interdiction de la publicité dans le périmètre du site inscrit sauf pour la publicité apposée sur mobilier urbain à fonction accessoirement publicitaire.

5.5. Economies d'énergie

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la Commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité extérieure :

- en limitant les heures d'éclairage des enseignes et des publicités au-delà de ce que prévoit la réglementation nationale.
- en limitant les possibilités d'enseignes lumineuses aux seuls dispositifs à plat sur façade non animés (à l'exception des croix de pharmacies).

Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, la commune de Montauroux a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du règlement local de publicité introduit par le présent rapport de présentation.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DU VAR

PREFECTURE
DIRECTION DE L'ACTION
TERRITORIALE DE L'ETAT
Bureau du développement durable
REF. A RAPPELER :
HD-BDD/2012
☎ 04 94 18 84 23
🖷 04 94 18 82 84
hélène.donker@var.pref.gouv.fr

PV n°2012/7

COMPTE RENDU DE LA SEANCE DU 3 OCTOBRE 2012 DE LA COMMISSION DEPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

Formation spécialisée "publicité"

Présidente : **Mme Dominique PONNOU-DELAFFON , directrice de l'action territoriale de l'Etat**

Etaient présents :

M.	J. M. MICHEL	maire de Signes
Mme	E. DECUGNIERE	service départemental de l'architecture et du patrimoine
Mme	F. REBOULOT	direction régionale de l'environnement de l'aménagement et du logement
Mme	A. M. REBOUL	direction départementale des territoires et de la mer
M.	P. CALVESI	direction départementale des territoires et de la mer
M.	A. COMBES	association AVSANE
M.	R. LOPEZ	association UDVN 83
M.	D. COROT	paysagiste
M.	J. P. COSTANTIN	société CBS OUTDOOR
M.	P. QUESNE	société Avenir/J. C. Decaux

La ville de Tourrettes était représentée par M.AUFFRET adjoint au maire,
La ville de Fayence était représentée par M. LEBLANCHE adjoint au maire,
La ville de Callian était représentée par M. BERENGER adjoint au maire,
La ville de Montauroux était représentée par M. AUGE adjoint au maire.

Etaient excusés :

Mme	J. PONS	conseillère générale
M.	A. SPADA	conseiller général
M.	P. BARTHELEMY	maire de Saint Cyr Sur Mer

Pouvoirs
M. B. VOARINO représentant des fabricants d'enseignes a donné pouvoir à M. P. QUESNE.

Le secrétariat était assuré par :
Mme K. TABARDEL chef du bureau du développement durable.
Mme H. DONKER bureau du développement durable.

Commission départementale de la nature, des paysages et des sites Formation "publicité"

du 3 octobre 2012

PRESENTATION SUCCESSIVE DES PROJETS DE REGLEMENTS DE PUBLICITE DES COMMUNES DE TOURRETTES, CALLIAN, FAYENCE ET MONTAUROUX

Saisine de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites : Loi « Grenelle II »
Article L 581-14-1 du code de l'environnement

PREAMBULE

Mme PONNOU-DELAFFON ouvre la séance en remerciant les membres présents pour l'examen de quatre règlements de publicité concernant quatre communes situées dans le canton de Fayence (Tourrettes, Callian, Fayence et Montauroux).
Elle précise que l'examen de ces documents s'inscrit dans le cadre d'une nouvelle procédure issue de la loi dite « Grenelle II » du 30 décembre 2010 et du décret du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure dont l'application est entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Elle informe les membres de la commission de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) que les délais de saisine de cette instance sont désormais contraints (trois mois à compter de la saisine du préfet par la commune ou l'EPCI compétent, si le dossier est réputé complet).

Mme PONNOU-DELAFFON cède la parole à Mme REBOUL afin qu'elle présente succinctement la nouvelle réglementation.

Mme REBOUL souligne que les communes peuvent élaborer leur règlement local de publicité (RLP) en se calquant sur la procédure d'établissement d'un PLU (concertation, réunions d'associations, arrêt, avis de la commission départementale de la nature, enquête publique et approbation). Les réunions d'associations concernant les RLP sont réalisées dans les mêmes formes que celles relatives aux PLU. L'articulation entre les réglementations sur l'urbanisme et celles concernant la publicité est ainsi améliorée. Lorsqu'un PLU est élaboré conjointement avec un RLP, l'approbation peut porter sur les deux documents.

Les RLP sont plus contraignants que la réglementation nationale. Pour cette raison, les services de l'Etat encouragent leur élaboration. Par ailleurs, les communes dotées d'un RLP deviennent autorité compétente en matière de publicité à la place du préfet, le maire disposant du pouvoir de police.

Les RLP peuvent préciser et restreindre la nouvelle réglementation nationale, sauf pour les dispositifs publicitaires de type « bâches ».

Les quatre communes dont les RLP vont être examinés aujourd'hui constituent des villages perchés du Haut Var, situés pour une grande partie de leur territoire, en site inscrit.
L'élaboration coordonnée de RLP relatifs à quatre communes limitrophes partageant le même constat d'un envahissement des paysages par des dispositifs de publicité, d'enseignes et pré-enseignes souligne un souci de cohérence rédactionnelle et décisionnelle de la part des maires des communes concernées, fortement impliquées dans cette démarche.

La publicité est interdite par principe en site inscrit sauf dérogation prévue par un RLP, conformément au I de l'article L 581-8 du code de l'environnement.

Lors d'une réunion de travail entre les quatre communes concernées et les services de l'Etat intéressés, il a toutefois été précisé que le but n'était pas de revenir sur ce qui existe, à savoir autoriser la publicité en site inscrit.

Par ailleurs, se pose la question de la publicité lumineuse qui ne peut être autorisée, à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants, sauf si elles appartiennent à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (article R581-34). Aucune des communes ne comprenant de zone agglomérée correspondant aux seuils susvisés, elles devront donc renoncer à autoriser la publicité lumineuse à travers leur RLP.

Les quatre RLP sont rédigés sur des modèles semblables, seuls les RLP de Fayence et Montauroux autorisent la publicité sur mobilier urbain même en site inscrit.

La principale préoccupation est l'urbanisation existante le long de la RD 564 sur le territoire des quatre communes (zones d'activités dans la plaine en bas des villages perchés, réalisées sans cohérence), ce qui entraîne une situation le long de cette route assez confuse.

Un point est relevé pour la commune de Fayence concernant les chevalets installés sur le domaine public, constituant de la publicité, qui sont interdits en site inscrit par la réglementation nationale.

M. COROT souligne que les quatre villages font partie de la chaîne des villages perchés remarquables du secteur. Il est nécessaire qu'une vision d'ensemble soit conservée dans le cadre de l'examen de leurs RLP.

Mme REBOUL relève que les quatre communes ont pris des dispositions quasiment semblables.
Deux nuances apparaissent néanmoins :
La commune de Fayence présente quatre zonages et non trois,
La publicité sur le mobilier urbain est interdite à Callian et Tourrettes mais les communes de Fayence et Montauroux souhaitent en implanter.

M. LOPEZ s'interroge sur le caractère linéaire, le long de la route départementale, de la zone ZPR2, pour Fayence. Il craint que cela aboutisse à une haie d'enseignes et de pré-enseignes le long de la voie.

Mme REBOUL mentionne que les enseignes sont encadrées par la loi. L'un des principaux enjeux de la loi est de limiter les enseignes hors agglomération.

Les photos d'ambiance projetées permettent de découvrir la problématique des panneaux municipaux qui n'est pas évoquée dans les RLP des quatre communes. Ces panneaux devraient être qualifiés de publicité lumineuse et interdits à ce titre. Toutefois, les membres de la commission conviennent de leur utilité pour les habitants et les touristes et proposent d'interroger le ministère de l'écologie sur leur nature juridique. Ils préconisent une analyse pragmatique en les positionnant en façade, si possible sur des bâtiments publics afin de leur conférer un caractère d'enseigne.

PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE LA COMMUNE DE MONTAUROUX

◆◆◆◆◆

M. AUGE, adjoint au maire de Montauroux rejoint la commission en qualité de membre avec voix délibérative. Il est accompagné de M. Julien GUYOT du bureau d'étude ALKHOS.

Mme REBOUL présente le projet de RLP de la commune de Montauroux conformément au rapport, ci-joint.

Elle souligne qu'il est demandé à la commune de préciser dans le RLP que la publicité est interdite sous toutes ses formes en site inscrit.

Elle insiste sur la nécessité de réguler les enseignes et pré-enseignes le long de la RD 564.

A M. AUGE qui demande si les panneaux municipaux peuvent être installés sur la façade de la poste, Mme REBOUL répond par l'affirmative. Elle considère qu'il faut trouver une solution intermédiaire et prévoir dans le RLP « une interdiction de la publicité en site inscrit sauf pour ces panneaux, qu'il conviendra de positionner en façade, si possible sur des bâtiments publics afin de leur conférer un caractère d'enseigne ». Ils ne doivent pas avoir le caractère d'une publicité lumineuse. M. LOPEZ rejoint cette analyse.

M. LOPEZ rejoint ce point de vue selon lequel si ce type de panneaux étaient non numériques et situés en façades, ils constitueraient des enseignes et non de la publicité et pourraient être autorisés.

Mme PONNOU DELAFFON propose de recommander aux communes de préciser dans leur RLP les conditions d'autorisation des panneaux municipaux qui ont pour vocation d'informer la population sur des sujets d'intérêt général (sur façade, si possible sur des bâtiments publics).

M. GUYOT souhaiterait avoir un avis du ministère sur cette problématique.

Mme REBOULOT se charge de recueillir cet avis auprès du ministère de l'écologie.

M. COROT repère sur le plan de zonage une zone blanche au sud de la RD 564 qui semble incohérente avec l'ensemble des zones jaunes.

M. GUYOT indique que ces zones blanches sont des champs et des zones non constructibles et ajoute que les règles sont, dans ces secteurs, similaires voir plus strictes qu'en zones jaunes.

M. AUGE est favorable à l'intégration des zones blanches en zones jaunes.

Mme REBOUL conclut sur le projet de RLP de Montauroux en insistant sur le fait que l'effort de régulation de l'encombrement paysager doit porter d'abord sur les pré-enseignes et les enseignes le long de la RD 564. La mise en œuvre du RLP sera efficace seulement dans ces conditions.

Elle ajoute que la publicité hors pré-enseignes étant peu présente sur le territoire de cette commune, la DDTM propose de maintenir l'interdiction de publicité en site inscrit. La mise en place d'un balisage des activités par des bandeaux discrets et normés permettra, en outre, de proposer l'interdiction de chevalets publicitaires. L'interdiction de la publicité sur les monuments historiques et à leurs abords devra être mentionnée. Par ailleurs, la commune n'a pas la capacité d'autoriser la publicité lumineuse.
Elle rappelle enfin que les recommandations formulées aux points 1 à 3 du rapport ont été intégrées dans la rédaction du document soumis à l'approbation de la CDNPS. Les observations formulées au point 4 n'apparaissent pas dans le projet de RLP. Il est donc demandé à la commune de les y intégrer.

Sous réserve de l'intégration des propositions énoncées ci-dessus et des corrections ou ajouts de forme ou de fond proposés au cours des débats et dans son rapport, la DDTM propose aux membres de la CDNPS d'émettre un avis favorable sur le règlement de publicité présenté par la commune de Montauroux.

Les membres passent au vote, adoptent cette proposition, à la majorité.
4 abstentions
0 défavorable
8 favorables

Ils émettent l'avis suivant :

Avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites « formation publicité » :
Avis favorable sur le projet de règlement de publicité de la commune de Montauroux, sous réserve de l'intégration des demandes et corrections ou ajouts de forme ou de fond proposés au cours des débats et dans le rapport de la direction départementale des territoires et de la mer, ci-joint.

La Présidente

Dominique PONNOU-DELAFFON

COMMUNE DE MONTAUROUX

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

ENQUÊTE PUBLIQUE

CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE

Le Commissaire-Enquêteur
Bernard Larrieu

COMMISSAIRE ENQUETEUR
Bernard LARRIEU
Préfecture du Var
Tribunal Administratif
INGENIEUR EN CHEF & URBANISTE

Avril 2013

E13000008/83

CONCLUSIONS

I- PRISE EN COMPTE ENVIRONNEMENTALE

Le **constat** (dans les 3 zones) de toutes les publicités est édifiant.
Toutes sortes de panneaux et autres affiches en tous genres fleurissent sur la commune et notamment aux abords de la RD562.
La diversité dans les formes, les dimensions, les couleurs caractérise l'hétérogénéité de ce secteur.

Le **diagnostic** réalisé dans le cadre de cette étude démontre un grand nombre d'infractions.

II- IMPACT

Le paysage linéaire de la **plaine** présente ainsi un intérêt limité.
Les **entrées de ville** ne sont pas caractérisées comme elles le mériteraient.
Le **rayonnement** de la commune est largement atténué.
Les **perspectives** sur le ''village perché'' sont minorisées.
L'**harmonie**, le cadre de vie et le charme du village sont altérés.
Toutes ces nuisances génèrent des effets directs ou indirects, temporaires ou permanents.

L'extrême densité des informations entraine dans la **confusion** et est, de fait ressentie comme une **agression**.
L'effet **vitrine** s'affaiblit fortement pour ne pas dire s'anéantit.
Cet amalgame met en relief l'absence d'une **signalétique** clairement affichée avec une volonté d'homogénéité.
Les zones urbaines concernées ne peuvent revendiquer une certaine qualité.

La recherche d'une information s'avère être un parcours dangereux; l'attrait ou l'agressivité d'une publicité peuvent également altérer la **sécurité.**

III- RECEPTEURS DE NUISANCES

Les gênes constatées peuvent sommairement concerner trois genres de personnes.

1- Les **résidants** :
(La fréquence des impressions citées auparavant).

2- Les **touristes** :
(Recherche d'un autre agrément)

3- Les **commerçants** (artisans, prestataires de service...)
- La qualité de la publicité reste un atout.
- L'excès de publicité tue la publicité.
- Dans les zones d'activités, la publicité est indispensable; elle conditionne le **fonctionnement**, crée un **équilibre** et un **dynamisme**.
Elle doit être identitaire, **harmonieuse** et **homogène**.

IV- REGLEMENTATION

1- **Loi** du 12 juillet 2010
Cette loi a pour but de réglementer la publicité sous toutes ses facettes.
2- **RLP** de TOURRETTES
Le projet de règlement se veut plus contraignant que le règlement national dito.

V- ENQUETE PUBLIQUE

1- Organisation et déroulement
L'enquête publique a été organisée selon les normes en vigueur.
Aucune incidence n'est à signaliser dans son déroulement.
2- Observations du public
Les observations analysées précédemment (ou leur absence) ne peuvent remettre en cause le projet de R.L.P.

AVIS MOTIVE

Les éléments retenus lors de l'étude du dossier et de l'enquête publique me permettent de donner un avis motivé; on notera :

1- L'esprit de la démarche :

- Le compromis recherché entre l'efficacité de la publicité et la préservation de l'environnement
- La cohésion et l'unité de d'action entre les 4 communes.
- Le projet de règlement présenté.
    - adapté aux secteurs.
    - plus contraignant que le règlement national.
- Les encouragements dispensés pour cette démarche.
- La volonté de la municipalité de maîtriser plutôt que de subir.

2- Le constat négatif de la situation actuelle :

- L'impact de la publicité (y compris sauvage)
- Le cadre de vie des habitants
- La vocation touristique de la commune
- L'intérêt des sites et paysages
- Le danger crée.

3- Le respect de la réglementation

- Le droit de chacun à la publicité
- Le suivi de la procédure

4- L'analyse

- Le débat constructif au sein du Conseil Municipal
- L'absence d'observation durant la période de concertation
- Les orientations proposées accueillies favorablement par la population

- Le bon déroulement de l'enquête publique
- Les observations recueillies
- Les avis des P.P.A.

Le Commissaire Enquêteur a pu analyser le dossier et selon les niveaux de personnes concernées les comportements des :

- ELUS : avec leur prise de conscience et leur courage de décision
- P.P.A et BUREAU D'ETUDE avec leur manque de liaison en amont (dans le cadre de l'étude)
- Habitants et usagers mécontents de l'état actuel mais sans réaction dans ce cadre légal
- Commerçants, artisans et autres services représentés par leur chambre consulaire
- Professionnels publicitaires qui assurent leur métier tout en continuant leur prospection (de même que les particuliers auteurs de leur publicité extérieure).

L'approbation du règlement est une nécessité absolue, d'autant que l'inventaire des infractions - depuis le diagnostic - croit au quotidien.

Le R.L.P pêche surtout par ses documents graphiques, trop succincts, de petite échelle et incomplets (CF avis des P.P.A)
Pour la clarté, la transparence, la lecture et surtout une application sans faille (contentieux), ils ne devront pas être qu'un schéma et couvrir toute la commune.

Une intervention commune et rapide par tous les exécutants et pour l'ensemble concerné (non diluée dans le temps) devrait être opérationnelle immédiatement après l'approbation du R.L.P.
Elle devrait être coordonnée avec la mise en place d'un schéma de publicité simple et efficace.
Si les délais de mise en conformité paraissent aujourd'hui beaucoup trop importants (6 ans), en espérant que le législateur saura les réduire très sensiblement (2 ans par ex), les infractions seront sanctionnées immédiatement.

Ayant obtenu une adhésion parfaite de Monsieur le Maire de Montauroux dans sa réponse du 8 avril 2013 au P.V de synthèse du 8 avril 2013 envisageant une réunion avec :

- La commission des sites
- Le Conseil Général
- La D.D.T.M

Afin d'obtenir un consensus sur le R.L.P sans pour autant remettre en cause l'esprit et l'économie du projet.

Le Commissaire Enquêteur soussigné émet un

AVIS FAVORABLE
Avec recommandations

Visant à obtenir le consensus dito avec la prise en compte de :

- la correction d'erreurs matérielles
- l'ajout de compléments (précisions)
- des modifications (conseils) afin d'éviter les confusions et les contentieux.

Le Commissaire Enquêteur
Bernard LARRIEU

COMMUNE DE MONTAUROUX

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

ENQUÊTE PUBLIQUE

RAPPORT

Le Commissaire-Enquêteur
Bernard Larrieu

Avril 2013

E13000008/83

SOMMAIRE

CHRONOLOGIE	p. 2
PREAMBULE	p. 3
REUNION PUBLIQUE	p. 4
ANALYSE DU R.L.P	p. 5
DOSSIER D'ENQUETE	p. 10
PUBLICITE - AFFICHAGE	p. 11
DEROULEMENT DE L'ENQUETE PUBLIQUE	p. 12
PERSONNES CONSULTEES	p. 13
OBSERVATIONS DES P.P.A.	p. 14
OBSERVATIONS DU PUBLIC	p. 18
DOCUMENTS ANNEXES	p. 19

CHRONOLOGIE

- Juillet 2009	= Début d'une étude pour un règlement intercommunal de publicité (R.I.P)
- 7 octobre 2009	= Restitution du diagnostic (étude dito)
- 12 juillet 2010	= Loi n°2010 -788 (Loi Grenelle II modifiée) Modification de certaines dispositions du Code de l'environnement/publicité extérieure.
- Décembre 2010	= Début de l'étude du R.L.P
- 10 Décembre 2010	→ 12 Octobre 2011 = concertation en mairie
- 19 Décembre 2010	= Début de l'étude du R.L.P
- 20 Janvier 2011	= Phase de concertation en mairie
- 21 Janvier 2011	= Attestation du Maire relative à la concertation dito
- 18 Mars 2011	= Débat au C.M sur les orientations du R.L.P
- 10 Avril 2012	= Arrêté municipal délimitant la zone urbaine
- 28 Juin 2012	= Délibération du Conseil Municipal (2012/52) Annule et remplace la délibération de décembre 2011 ARRETE le projet de R.L.P
- Novembre 2012	= Consultation des P.P.A.
- 31 Janvier 2013	= Décision et désignation du Commissaire Enquêteur
- 12 Février 2013	= Arrêté municipal de mise à l'enquête publique AVIS AU PUBLIC
- 13 Février 2013	= Certificat d'affichage
- 18 Février 2013	= Certificat d'affichage et d'insertion sur 2 journaux
- 16 Février 2013	= Annonces légales sur journaux
- 5 Mars 2013	= Début de l'enquête publique
- 5 Avril 2013	= Clôture de l'enquête publique

PREAMBULE

La R.D 562 est un axe de circulation très important lien entre l'autoroute A64, le centre Var et le Haut-Var.
Les communes du Pays de FAYENCE ayant connu un développement urbain très soutenu depuis plusieurs années, cette voie de circulation est inévitable dans le cadre des déplacements domicile-travail.
Les richesses touristiques de cette région (villages perchés, zones naturelles représentant un intérêt par la valeur du paysage, de sa faune ou de sa flore...) représentent un attrait de qualité avec un moyen d'accès la RD 562.

Les lieux d'agréments ou autres espaces ludiques comme le lac de Carcès par ex augmentent très sensiblement le flux de circulation.
On en voudra pour preuve qu'une moyenne de 40000 véhicules/jour dans les périodes de pointe.

Cette intensité de passage a engendré un périmètre de zone de bruit mais a également suscité une vocation à usage commercial ou autre artisanal pour les terrains jouxtant de part et d'autre cette voie sous une forme d'urbanisation tentaculaire. Les règlements d'urbanisme en vigueur au moment M le permettant.

Ce développement a eu pour conséquence la mise en place d'une signalisation prolifique que chacune des 4 communes veut aujourd'hui maîtriser, les Z.P.R restant par ailleurs propres à chaque commune.

Si ce préambule concerne chacune des 4 communes, c'est que l'on notera des incidences évidentes des unes par rapport aux autres, la signalisation sur un territoire communal pouvant par exemple correspondre à une activité implantée sur une commune voisine.
La cohérence dans ce secteur est indispensable pour la crédibilité du règlement et pour son application.

REUNION PUBLIQUE

La réunion publique du 12 avril 2011 - phase de concertation avec la population dans le cadre de la procédure a été organisée pour les 4 communes concernées dont MONTAUROUX.

La légitimité de la publicité est reconnue , mais son organisation dans le cadre de la réglementation en vigueur doit avoir un impact positif tant sur le respect des paysages et de l'environnement que sur l'efficacité signalétique de l'activité économique.
Il s'agit donc de concilier la liberté d'expression et quelque part de la favoriser tout en protégeant un cadre de vie.

L'étude du R.L.P est présentée en trois phases :
1- Diagnostic des irrégularités
2- Mise en place des R.L.P
3- Mise en œuvre des règlements.

Les 2 composantes du R.L.P sont :
1- L'arrêté municipal
2- L'élaboration avec une large concertation.

Elles ont pour objectifs de :
- Harmoniser l'aspect des préenseignes
- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales
- Améliorer la lisibilité des zones d'activité
- Favoriser l'intégration de la publicité

Questions soulevées et réponses :
- Application réelle du projet
  L'application dans un cadre coordonné sera effective
- Précisions sur les modalités de financement
  Financement partagé entre les collectivités avec participation des entreprises
- Problème de cohérence le long de la RD562
  Intégration du schéma avec celui du département
- Coordination entre la T.L.P.E et le R.L.P
  Ce sont des choses différentes - Eviter la confusion
- Evaluation du coût
  100000€ H.T avec participation du gestionnaire, du Conseil Général et des commerçants.
- Application du règlement

- Irrespect de la réglementation
  Astreinte financière conforme au Code de l'environnement.

ANALYSE DU R.L.P

A - RAPPORT DE PRESENTATION :

I- HISTORIQUE

1- CONTEXTE

Intérêt touristique de la commune de MONTAUROUX
Axe routier principal sur la plaine la RD 562 reliant Draguignan à Grasse mais concerne aussi les abords de la RD 37.

2- DEMARCHE

- Mission débutée en Juillet 2009 sur le pays de Fayence.
- La présentation (04/11/09) du projet de R.I.P a été réalisée mais l'étude interrompue car non conforme à la loi n°2010-788 du 12 Juillet 2010, la communauté de communes n'ayant pas compétence en matière d'urbanisme.
- Une démarche propre à la commune de MONTAUROUX pour un projet de R.L.P est apparue fin 2010.

La procédure relative à l'élaboration d'une R.L.P sur le territoire communal s'est développée selon la loi susvisée.

II- DIAGNOSTIC

1- DIVERSIFICATION

Diverses problématiques en matière d'affichage ont été relevées dans la commune ; elles peuvent se résumer :

- Prolifération des *préenseignes*
- Surnombre (et dimensions) des *enseignes*
  Qualité perfectible de ces *enseignes*
- *Affichage* sauvage

Le R.L.P envisage d'apporter des réponses à ces problématiques.

2- INFRACTIONS

Plus de 225 dispositifs sont en infraction avec la réglementation en vigueur.
Les enseignes non conformes sont les plus nombreuses (48,4%).
Les préenseignes (env. 45,8%) devraient trouver une solution, alternative légale dans une étude de schéma de signalisation des Z.A.
Les autres publicités représentent 5,8%..
Au regard du caractère particulièrement sensible de la commune, la seule réglementation nationale paraît insuffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie.

III- ORIENTATIONS

Soucieuse du cadre de vie de ses habitants et de la vocation touristique de la commune, MONTAUROUX se prononce en faveur d'une réduction de l'affichage publicitaire.

Sur la base du diagnostic, les orientations de la politique de maitrise de la publicité sont exprimées.

1- Affirmer l'identité et l'image du territoire

- Améliorer la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers
- Mettre en valeur le patrimoine architectural du centre village
- Valoriser le paysage et préserver les perspectives.

2- Renforcer attractivité et dynamique de l'activité commerciale

- Privilégier la qualité et la lisibilité des enseignes dans les centres historiques et les zones d'activités.

3- Renforcer la sécurité des automobiles

- Dégager la lisibilité de la signalisation routière

4- Garantir un cadre de vie

- Mettre en œuvre les autres orientations

IV- OBJECTIFS

Pour mettre en œuvre les orientations définies ci-dessus, la commune de MONTAUROUX a arrêté, dans son R.L.P un règlement et des annexes graphiques :

1- Zonage

Trois Zones de Publicité Réglementée (Z.P.R) ont été instaurées selon les secteurs :

- ZPR1 : Secteurs d'habitation et d'équipement *en agglomération*
- ZPR2 : Secteur à vocation commerciale, de service, artisanale et industrielle *hors agglomération*.
(le long des RD 562 et RD37 notamment).
- ZPR3 : Le restant du territoire communal
(hors agglomération et hors ZPR2)

2- Préenseignes dérogatoires

- Imposer la signalisation d'information locale

3- Enseignes des centres villes

- Préserver l'esthétique des façades en limitant le nombre et la surface des enseignes.
- Interdire les enseignes lumineuses.

4- Publicité

- Sur les façades = limiter le nombre, la surface et la densité des publicités
- Interdire la publicité scellée au sol (régime général)
- Interdire la publicité dans le périmètre du site inscrit.

5- Mobilier Urbain

Le mobilier urbain peut trouver sa place sur MONTAUROUX.

6- Zones d'activité

- Limiter le nombre et la surface des enseignes à plat sur façades
- Interdire les enseignes sur toiture (préservation des perspectives)
- Limiter le nombre et la surface des enseignes scellées au sol.

V- PLAN DE ZONAGE

Sur ce plan apparaissent :

- les 3 ZPR
- le périmètre du site inscrit
- les panneaux de limite d'agglomération
- les RD562 et RD37.

B - R-L-P (Arrêté du 4 juin 2012 = 10 pages)

Le projet d'arrêté réglementant la publicité extérieure sur le territoire communal de MONTAUROUX se présente sous 5 chapitres :

I- DISPOSITIONS COMMUNES

Art. 1.1 = Application du contexte législatif et réglementaire
Art 1.2 = Délimitation des zones de publicité réglementée
Art. 1.3 = Dispositions relatives aux enseignes
1.3.1 = Autorisation d'enseigne
1.3.2 = Superficie d'une enseigne
1.3.3 = Systèmes interdits
1.3.4 = Eclairage externe des enseignes
1.3.5 = Prescriptions relatives aux enseignes lumineuses
Art 1.4 = Prescriptions relatives aux enseignes temporaires
Art. 1.5 = Prescriptions relatives aux préenseignes temporaires
Art. 1.6 = Affichage d'opinion.

II- PESCRIPTIONS RELATIVES A LA Z.P.R1

Art. 2.1 = Prescriptions relatives aux dispositions publicitaires et aux préenseignes non lumineux.

2.1.1 = Dispositifs interdits
2.1.2 = Publicité sur bâtiments et clôtures
2.1.3 = Publicité sur mobilier urbain
2.1.4 = Eclairage des publicités
2.1.5 = Préenseignes dérogatoires.

Art. 2.2 = Prescriptions relatives à la publicité lumineuse.

Art. 2.3 = Prescriptions relatives aux enseignes

2.3.1 = Systèmes interdits
2.3.2 = Les enseignes scellées au sol ou posées sur le sol
2.3.3 = Les enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur
- Les enseignes en bandeau
- Les enseignes en applique
- Les enseignes sur auvent
- Les enseignes apposées à plat

2.3.4 = Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur.

III- PESCRIPTIONS RELATIVES A LA Z.P.R2

Art. 3.1 = Prescriptions relatives aux préenseignes dérogatoires
Art. 3.2 = Prescriptions relatives aux enseignes

3.2.1 = Systèmes interdits
3.2.2 = Les enseignes scellées au sol
3.2.3 = Les enseignes apposées à plat sur un mur
3.2.4 = Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur
3.2.5 = Les enseignes apposées sur toiture.

IV- PESCRIPTIONS RELATIVES A LA Z.P.R3

Art. 4.1 = Prescriptions relatives aux préenseignes dérogatoires
Art. 4.2 = Prescriptions relatives aux enseignes

4.2.1 = Systèmes interdits
4.2.2 = Les enseignes scellées au sol ou posées sur le sol
4.2.3 = Les enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur

V- DISPOSITIONS FINALES

Art. 5.1 = Modalités d'application
Art. 5.2 = Publication
Art. 5.3 = Mesures d'exécution

C - ANNEXES

I- BILAN DE ZONAGE
II- LEXIQUE
III- A.M (définissant les limites d'agglomération de MONTAUROUX)

DOSSIER SOUMIS A L'ENQUETE

DOCUMENTS MIS A LA DISPOSITION DU PUBLIC

1- DOCUMENTS ADMINISTRATIFS

- Délibération du C.M. arrêtant le projet	(pièce n°1)
- Désignation du Commissaire-Enquêteur	(pièce n°2)
- Arrêté du Maire 12 Février 2013	(pièce n°3)
- VAR MATIN = édition du 16 Février 2013	(pièce n°4)
- NICE MATIN = édition du 16 Février 2013	(pièce n°5)
- Certificat d'affichage	(pièce n°6)
- Registre d'enquête publique	(pièce n°7)
- Avis des Personnes Publiques Associées	(pièce n°8)
- Compte-rendu de la réunion publique	(pièce n°9)

2- DOSSIER TECHNIQUE (pièce n°10)

- Rapport de présentation du R.L.P
- Règlement Local de Publicité
- Annexes au R.L.P

PUBLICITE

PUBLICITE

La publicité a été réalisée sur deux quotidiens régionaux :

- VAR MATIN = 16 février 2013
- NICE MATIN = 16 février 2013
- VAR MATIN = 5 mars 2013
- NICE MATIN = 5 mars 2013

AFFICHAGE

Le 25 février 2013, le Commissaire-Enquêteur a vérifié l'affichage sous la forme d'un ''AVIS AU PUBLIC'' :

- Mairie de MONTAUROUX
  - Intérieurs de la mairie
  - Panneaux extérieurs mairie

PANNEAU LIMINEUX COMMUNAL

SITE INTERNET

Information sur le site Internet de la commune.

DEROULEMENT DE L'ENQUETE

I- MISE EN PLACE

Le Commissaire-Enquêteur a organisé une réunion de coordination en mairie de CALLIAN, le 11 Février 2013
Outre le Directeur Généraux des Services des communes de Fayence, Callian, Tourrettes et du chargé de mission de la communauté de communes du Pays de Fayence, M. FERSAT D.G.S de MONTAUROUX fixait le calendrier de l'enquête publique portant sur sa commune.
Cette réunion avait pour but de permettre une organisation cohérente dans la programmation tout en restant fidèles à la réglementation en vigueur.

Une rencontre avec les services de la mairie le 25 février 2013 avait pour but de constituer les dossiers complets soumis à l'enquête publique.
La visite des 3 zones concernées se voulait être un constat de l'état actuel en comparaison avec les prérogatives du règlement.

II- PRESENCE DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Selon l'arrêté du Maire de MONTAUROUX en date du 12 février 2013, les permanences du Commissaire Enquêteur se sont déroulées les
- mardi 5 mars 2013 de 9h00 à 12h30
- mardi 19 mars 2013 de 13h30 à 17h00
- vendredi 5 avril 2013 de 13h30 à 17h00

(clôture de l'enquête publique).

PERSONNES PUBLIQUES CONSULTEES

I- COMMUNICATION DU PROJET DE RLP POUR AVIS

1- Personnes Publiques Associées au projet de R.L.P :

- Préfet du Var (Toulon)
- S/ Préfet de Draguignan
- Président du Conseil Régional
- Président du Conseil Général
- DDTM
- Président de la Chambre d'Agriculture
- Président Chambre des Métiers
- Président C.C.I.V

2- Communes limitrophes ou EPCI l'ayant demandé :

CALLIAN
FAYENCE
SAINT PAUL EN FORET
SEILLANS
TANNERON
TOURRETTES
Communauté de communes du Pays de Fayence

II- AVIS EXPRIMES

II- 1. AVIS DU CONSEIL GENERAL (Avis du 11 oct 2012)

Observations sur le projet arrêté

Annexes du R.L.P

a) Le plan de zonage doit représenter toute la commune, doit être lisible (couleur) d'un format supérieur ou égal à A3 et identifie le zonage du site inscrit, les limites de l'agglomération ainsi que le réseau routier référencé.

b) Annexes non transmises
- l'arrêté municipal portant réservation d'emplacements à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux associations sans but lucratif.
- la charte graphique du schéma directeur de signalisation (Pays de Fayence).

Remarques générales sur le R.L.P

A - Dispositions communes

a) Délimitation des zones de publicité réglementées
- Les dispositions communes vont des articles 1.3 à 1.6 et non de 1.3 à 1.8.

- A l'art. 1.2.1 préciser dans le titre ''en agglomération''

- A l'art. 1.2.2 dans le titre précise ''hors agglomération''

b) Dispositions relatives aux enseignes :
- Art. 1.9.3. Systèmes interdits = seul le nom de l'activité peut être mentionné.

c) Prescriptions relatives aux préenseignes temporaires (art. 1.5)

d) Affichage d'opinion

B - CHAPITRE II - 2PR1

a) Pré-enseignes dérogatoires (art. 2.1.6) La zone n'est pas concernée (en agglomération)

b) La numérotation des articles concernant les prescriptions relatives aux articles est à corriger.

C - <u>CHAPITRE III - ZPR2</u> - Activités hors agglomération

a) La zone ZPR2 semble élargie à une urbanisation d'activités commerciales futures.

b) Les enseignes apposées perpendiculairement au mur. L'article 3.2.4 ne s'applique pas sous réserve du règlement de voirie du gestionnaire de la voirie concernée.

D - <u>CHAPITRE IV - Prescriptions relatives à la ZPR3 - Hors agglomération</u>

Rajouter au 1er alinéa de l'art. 4.2.2 ''par rapport au bord extérieur de la chaussée''.

II- 2. AVIS DE LA DDTM

Rapport de présentation :
Les photographies ne sont pas propres à Tourrettes.

Erreur constatée dans le lexique (publicité non lumineuse)

Document graphique :
Dans la perspective de son application, suggestion d'un format plus important faisant apparaître des informations ponctuelles intéressantes.
Un document graphique fixant les limites de l'agglomération serait annexé au RLP avec les arrêtés municipaux correspondants.

Z.P.R1 habitations en agglomération
Exclure la publicité en site inscrit.

Au regard de la population, il faut renoncer à la publicité lumineuse dans toute la zone.

Ne pas retenir la pose de chevalets en site urbain.

Baliser les activités par une signalétique de petit format.

L'affichage d'opinion et la publicité des associations sans but lucratif restent à définir.

Conseils relatifs aux prescriptions propres aux enseignes.

Z.P.R2 et Z.P.R3
Les enseignes sur toiture ayant un impact négatif (sur le paysage, les interdire).

Les articles 4-2-1 et 4-2-2 sont incohérents.

Les articles 3-1 et 4-1 présentent une confusion.

Dispositions finales :
Les dispositifs réguliers auront 6 ans pour se mettre en conformité après l'approbation du R.L.P.
Les dispositifs en infraction doivent être sanctionnés ou mis en conformité **sans délai.**

Conclusion :
AVIS FAVORABLE *sous réserve* de correction ou rajouts de forme et de fond.
Ce R.L.P *contribuera* à une *sensible amélioration*.

II- 3. AVIS DE LA C.D.N.P.S (Séance du 3 octobre 2012).
La Commission réunie le 3 octobre 2012 a émis un AVIS FAVORABLE.
Sous réserve de l'intégration de propositions énoncées :
- Interdiction de toute publicité en site inscrit
- Solution précise et spécifique pour les panneaux d'annonces municipales
- Effort de régulation de l'encombrement paysager sur les préenseignes et enseignes le long de la RD562
- Interdiction de la publicité sur les monuments historiques et à leurs abords
- La commune n'a pas la capacité d'autoriser la publicité lumineuse.

II- 4. AVIS DE LA CHAMBRE D'AGRICULTURE
Aucune observation particulière.

OBSERVATIONS DU PUBLIC

I- OBSERVATIONS MANUSCRITE (Registre d'enquête)

a) M.LAUGE
Nécessité pour protection des paysages et bien être des habitants.

b) Mme BARON
Défiguration du paysage, danger et organisation d'une signalisation normalisée.

c) M. KOHLER
Application stricte du régime dérogatoire

Elargissement géographique du R.L.P

Délai abusif de 6 ans.

d) M. FARSAT
Application rapide du R.L.P

e) M. LARGILLIERE
Nécessité du R.L.P

f) M. PASSARELLI
Défiguration du paysage ou évolution négative

g) Familles (voir registre) souhaitent un règlement strict

h) Mme F. GOUARD
Agression visuelle. Délai trop long (6 ans). Elargissement de la zone à réglementer.
Application des mesures dérogatoires.

i) M. BENGHS adhère au R.L.P

j) M. AUBRUN
Note les infractions.
Emet des doutes sur l'application du R.L.P
Est sensible à l'affichage d'opinion.

II- OBSERVATIONS ORALES

III- COURRIER POSTAL

IV- COURRIER ELECTRONIQUE

OBSERVATION de l'Union de Publicité Extérieure :
Proposition technique à traduire réglementairement.

V- SYNTHESE DES OBSERVATIONS

- Le constat de l'état actuel et son évolution
- L'application stricte et rapide du R.L.P
- L'importance de l'affichage d'opinion

PIECES ANNEXEES AU RAPPORT

I- PIECES RELATIVES A L'OUVERTURE DE L'ENQUETE

Décision du Président du Tribunal Administratif de Toulon.
N°E13000008/83 du 31/01/2013

Délibération du Conseil Municipal du 04 Juin 2012
Arrêt du projet de R.L.P

ARRETE du Maire du 12 Février 2013
Mise à l'Enquête Publique.

Certificat d'affichage (11 Février 2013)

Registre ouvert coté et paraphé (4 mars 2013)

II- PUBLICITE

1- JOURNAUX
- ''Var Matin'' Extrait du 16 février 2013 et 5 mars 2013
- ''Nice Matin'' Extrait du 16 février 2013 et 5 mars 2013

2- Avis du public
Exemplaire annexé au dossier

3- Certificats d'affichage
13 février 2013 et 05 avril 2013 (dito).

III- PIECES RELATIVES A LA CLOTURE DE L'ENQUETE

1- P.V de synthèse (8 avril 2013)
2- Réponse du Maire (8 avril 2013)

IV- REGISTRE D'ENQUETE

Un seul registre d'enquête a été ouvert.