

Département du Var

Commune de Sanary-sur-Mer

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation



Version approuvée



Sommaire

Introduction.....	2
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure	6
1. La notion d'agglomération.....	6
2. La notion d'unité urbaine.....	6
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existants sur le territoire.....	8
a) Les interdictions absolues	8
b) Les interdictions relatives	10
4. Les règles applicables au territoire	12
a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes .	12
b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires .	25
c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes	26
d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires	33
e) La réglementation locale	34
5. Régime des autorisations et déclarations préalables	39
6. Les compétences en matière de publicité extérieure	40
7. Les délais de mise en conformité	41
II. Diagnostic du parc d'affichage	42
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes.....	42
2. Les caractéristiques des enseignes	52
III. Enjeux en matière de publicité extérieure :.....	60
IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure	67
1. Les objectifs	67
2. Les orientations	68
V. Justification des choix retenus	69
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes	69
2. Les choix retenus en matière d'enseignes	74

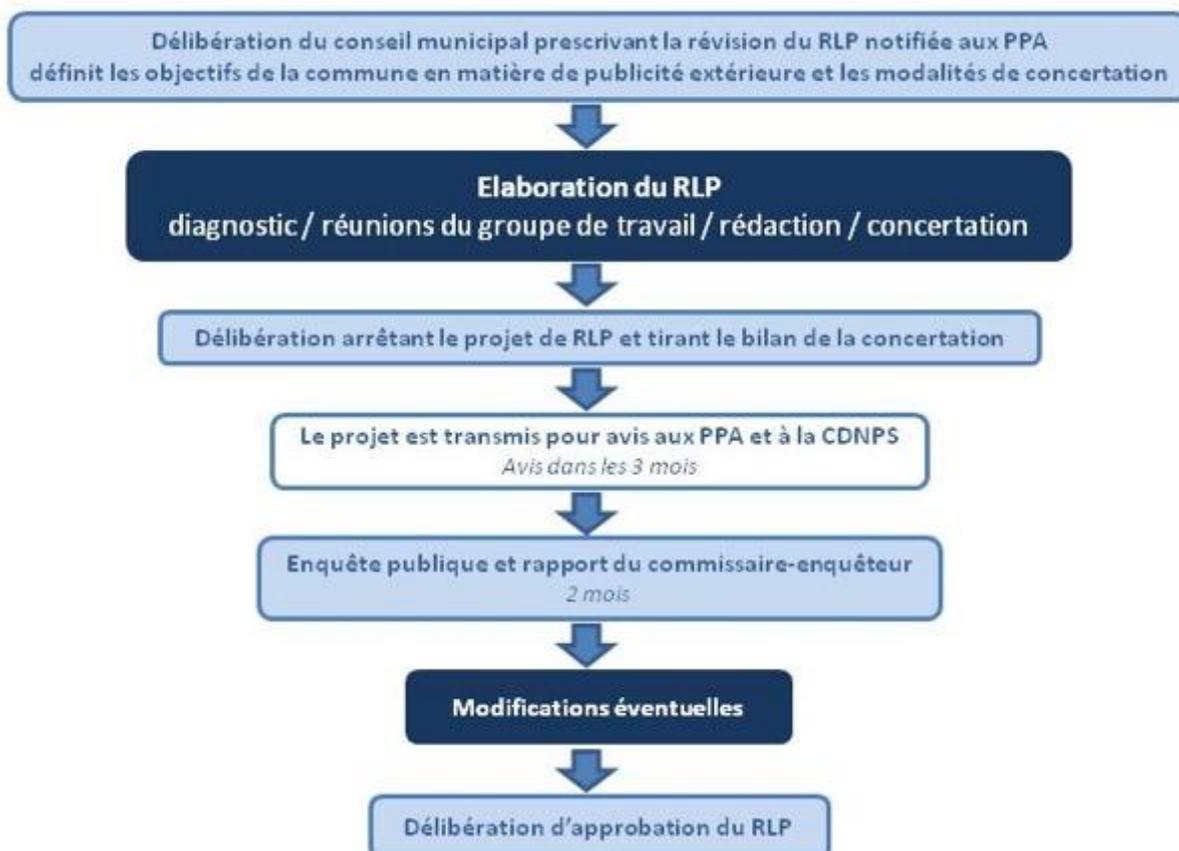
Introduction

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

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

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

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



Différentes phases de la procédure de révision d'un RLP

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

La loi ENE a intégralement refondu les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

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

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

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

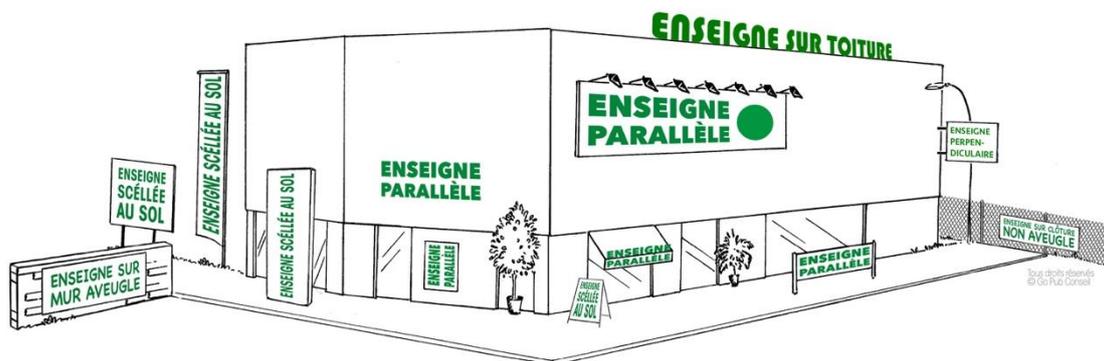
Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.

Constitue une **publicité**, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ; (Art. L.581-3 1° C. env.)



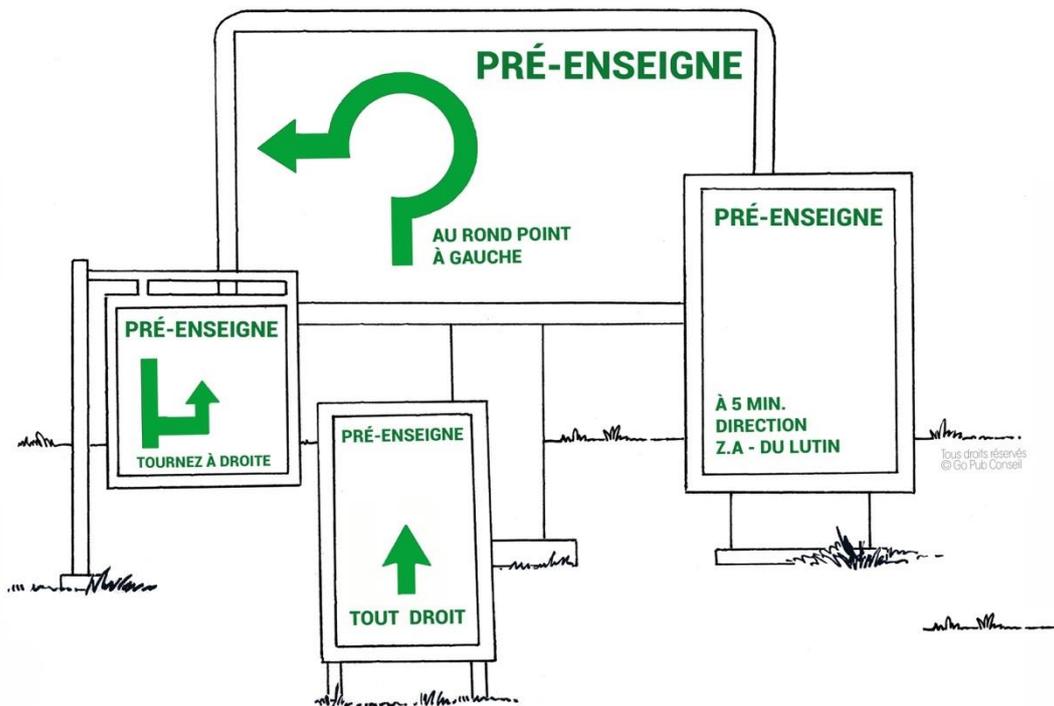
NB : La « publicité » c'est l'inscription, tandis que le « dispositif publicitaire » c'est le support dédié à la publicité (panneau, poteau, socle, bâche, mobilier urbain, etc..), ce dispositif devant être traité comme une publicité.

Constitue une **enseigne**, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ; (Art. L.581-3 2° C. env.)



NB : L'immeuble est ici au sens des articles 517 et 524 du Code civil : c'est le bien, nu ou bâti, qui ne peut pas être déplacé. Dans la pratique et conformément à la jurisprudence, une enseigne murale doit être apposée sur la façade commerciale concernée, tandis qu'une enseigne au sol ou sur une clôture peut être installée sur des parties communes de l'unité foncière.

Constitue une **préenseigne**, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ; (Art. L.581-3 3° C. env.)



NB : La préenseigne est soumise aux dispositions qui régissent la publicité². Une préenseigne est une « *publicité directionnelle* ».

² Article L.581-19 du code de l'environnement.

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

La commune de Sanary-sur-Mer est située dans le département du Var. Elle compte 16 995 habitants³.

La commune fait également partie, depuis le 1^{er} janvier 2013, de la Communauté de Communes Sud Sainte-Baume, devenue Communauté d'Agglomération Sud Sainte-Baume le 1^{er} janvier 2015, qui regroupe 9 communes :

- Bandol ;
- Le Beausset ;
- La Cadière d'Azur ;
- Le Castellet ;
- Evenos ;
- Riboux ;
- Saint-Cyr-sur-Mer ;
- Sanary-sur-Mer ;
- Signes.

La Communauté d'Agglomération Sud Sainte-Baume compte près de 60 000⁴ habitants.

1. La notion d'agglomération

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

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite⁵. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité⁶, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

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

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

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

2. La notion d'unité urbaine

La notion d'**unité urbaine** repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone

³ Données démographiques issues du recensement 2015 de l'INSEE

⁴ Données démographiques issues du site de la Communauté d'Agglomération Sud Sainte-Baume : <https://www.agglo-sudsaintebaume.fr/intercommunalite/>

⁵ Article L581-7 du code de l'environnement

⁶ Article L581-19 du code de l'environnement

de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune appartient à l'unité urbaine de Toulon. Cette unité urbaine compte 569 793 habitants⁷.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes⁸ entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

⁷ Données démographiques issues du recensement 2015 de l'INSEE

⁸ il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

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

a) Les interdictions absolues⁹

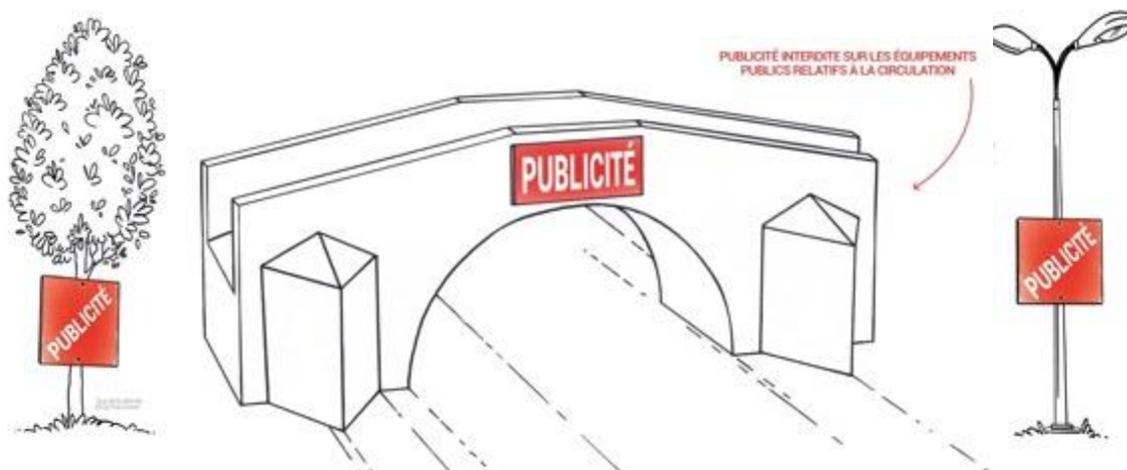
La commune de Sanary-sur-Mer est concernée par l'interdiction absolue de publicité sur les monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques. En l'espèce, cette interdiction s'applique au Domaine de Pierredon, inscrit depuis le 19 octobre 2016.

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

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

La publicité est également interdite :

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

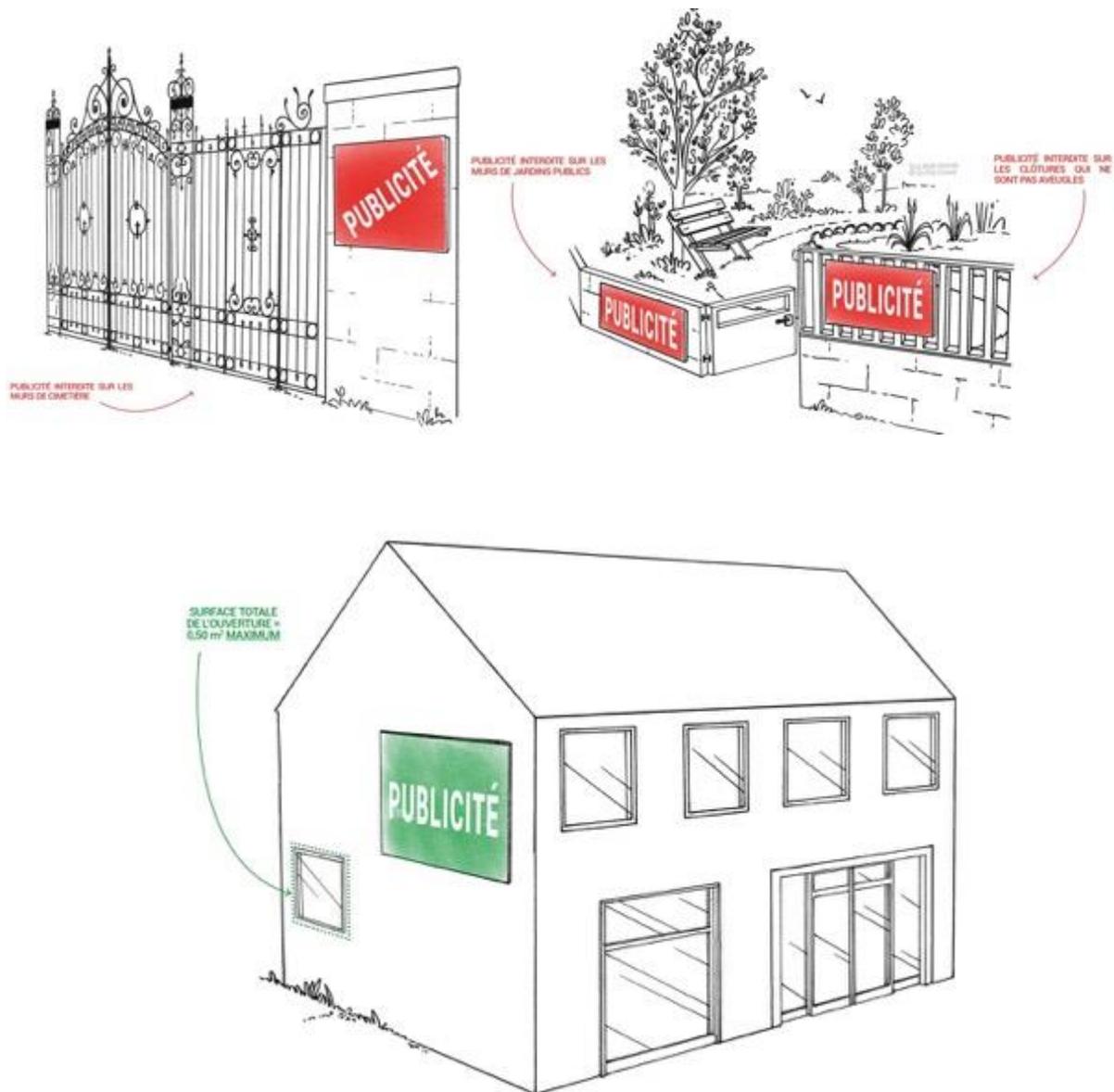


⁹ Article L581-4 du code de l'environnement

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

3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public¹⁰.



¹⁰ Article R581-22 du code de l'environnement

b) Les interdictions relatives¹¹

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

La commune de Sanary-sur-Mer est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016 « *la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de 500 mètres de celui-ci* ». ¹² En l'espèce cette protection s'applique dans le périmètre de protection autour du Domaine de Pierredon.

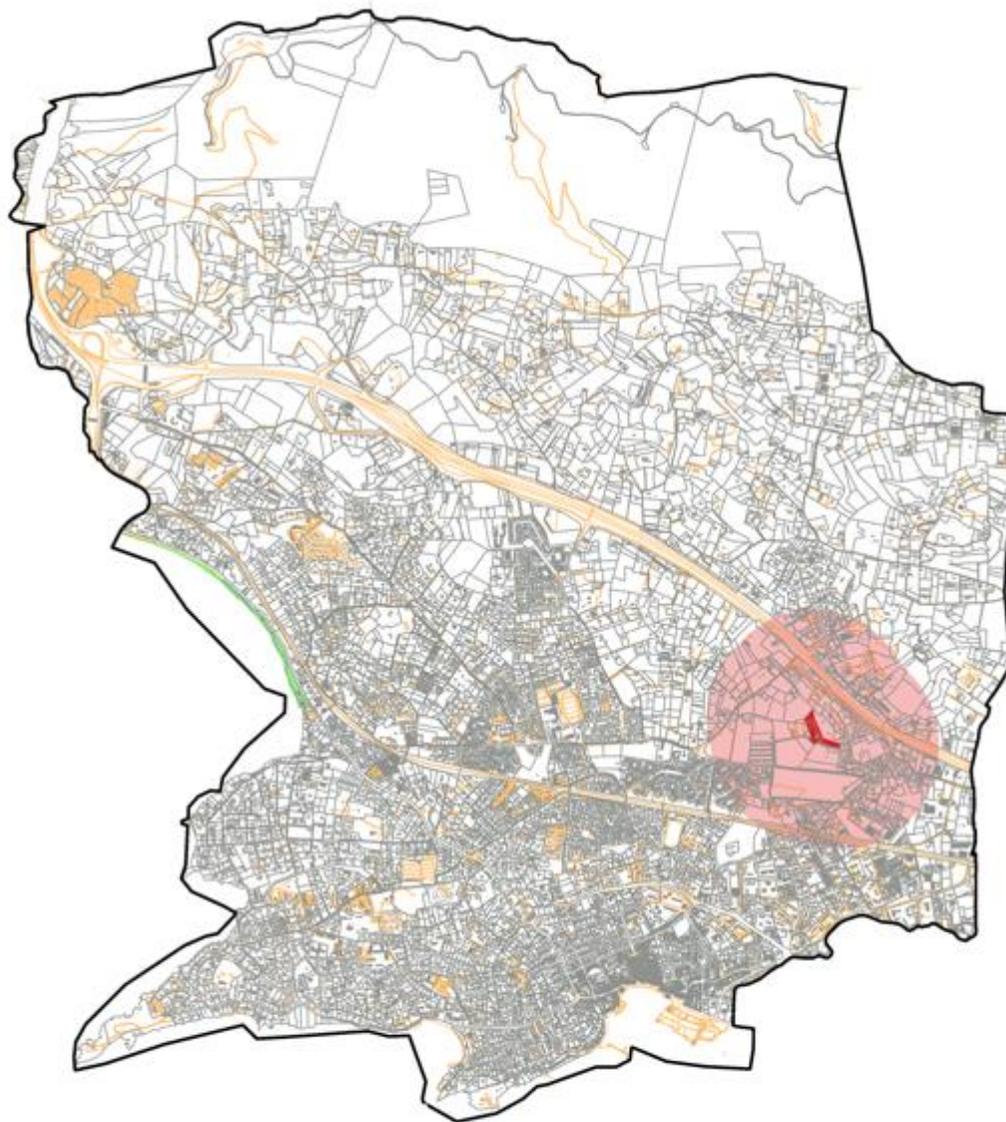
L'interdiction relative de publicité s'applique également dans le périmètre des sites inscrits, en l'espèce le site inscrit de la Corniche de Sanary. Ce site est inscrit depuis le 26 janvier 1942¹³.

¹¹ Article L581-8 du code de l'environnement

¹² Article L621-30 du code du patrimoine

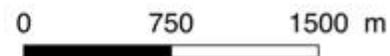
¹³ Article L631-1 du code du patrimoine

Interdictions relatives et absolues de publicités sur la commune de Sanary-sur-Mer



Légende

- Monuments classés et/ou inscrits : Domaine de Pierredon (inscrit)
- Périmètre de protection aux abords des monuments classés et/ou inscrits
- Site inscrit : Corniche de Sanary



4. Les règles applicables au territoire

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

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

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

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent¹⁴.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante¹⁵ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

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

Par exception, il peut être installé :

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

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

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

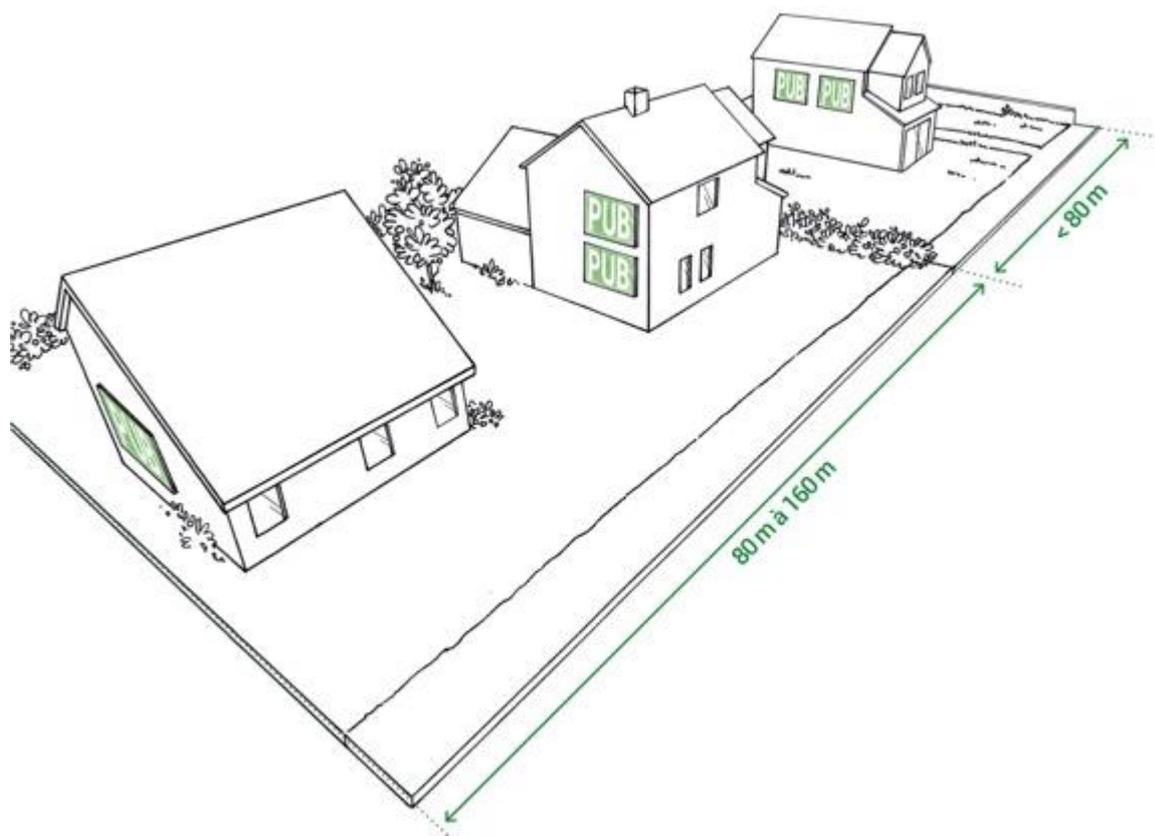
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

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

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

¹⁴ Article R581-24 du code de l'environnement

¹⁵ Article R581-25 du code de l'environnement



Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

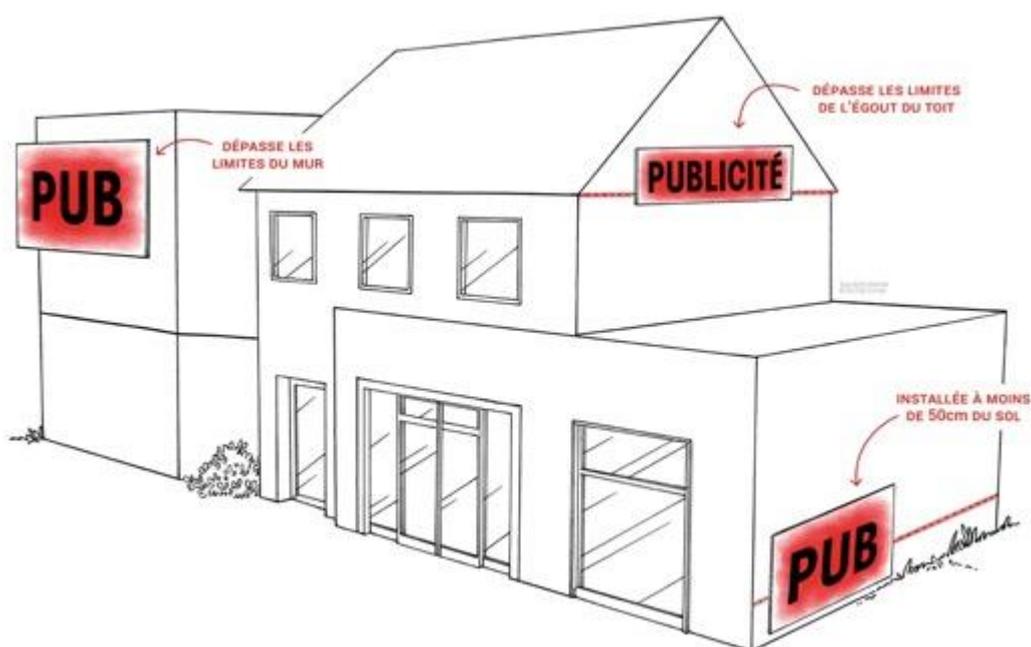
Surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$

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

Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

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



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

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

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

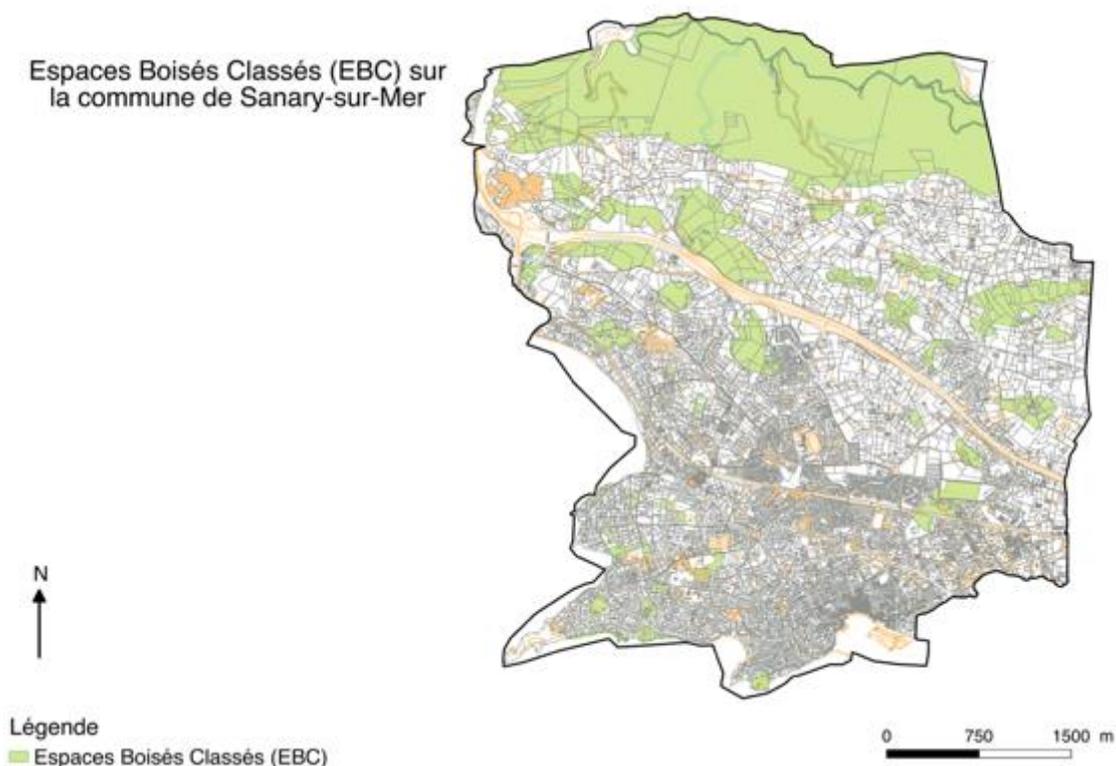
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 6 \text{ m}$

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

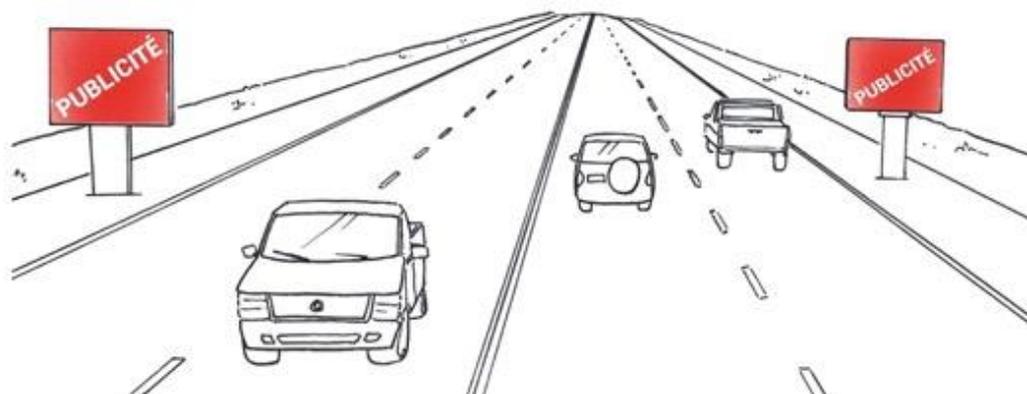
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés¹⁶,

2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

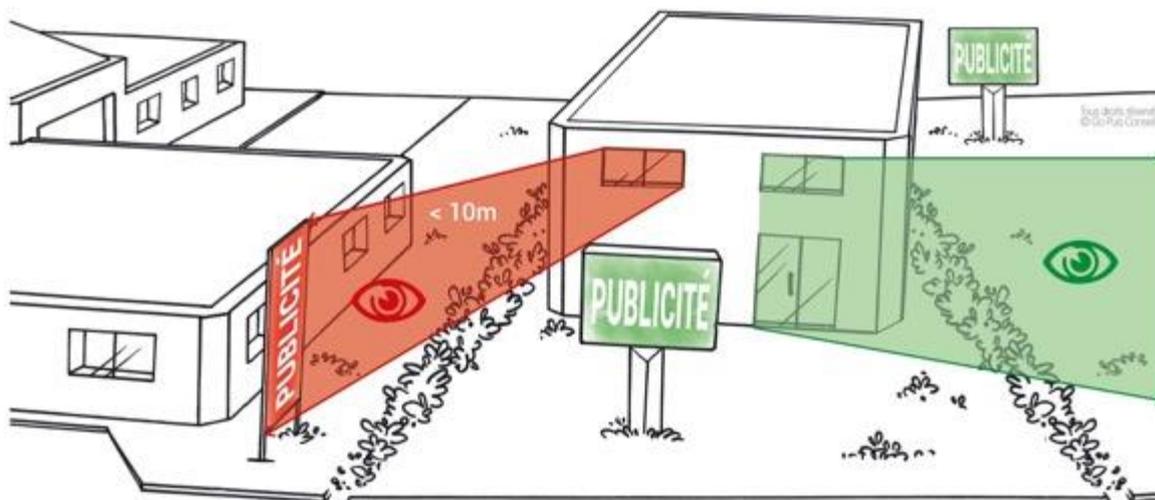


Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

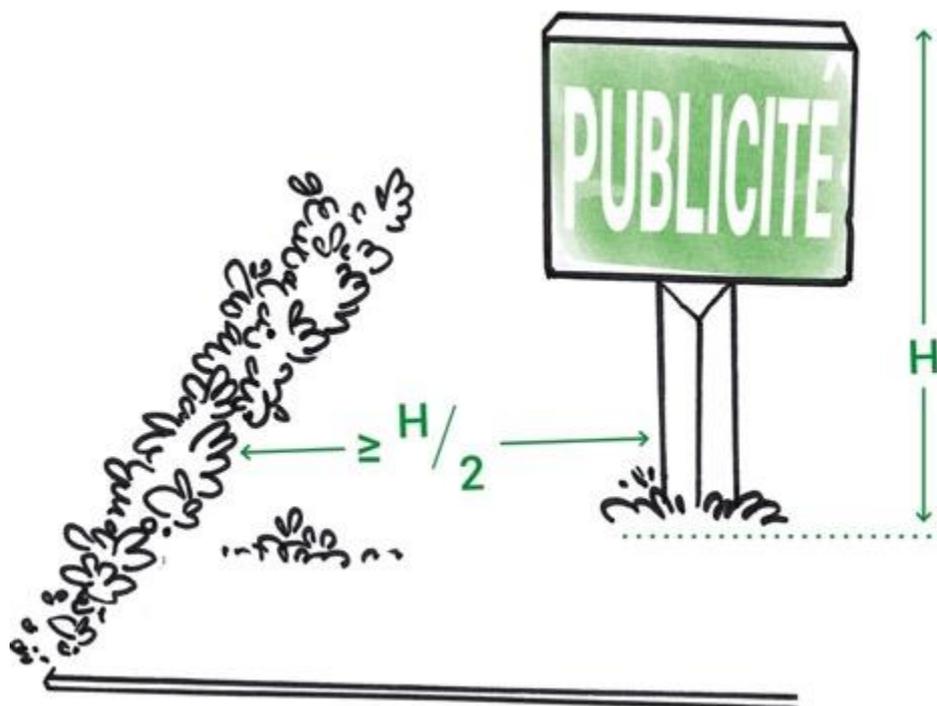


¹⁶ Article L130-1 du code de l'urbanisme

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



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



La publicité lumineuse

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

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

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel¹⁷.

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

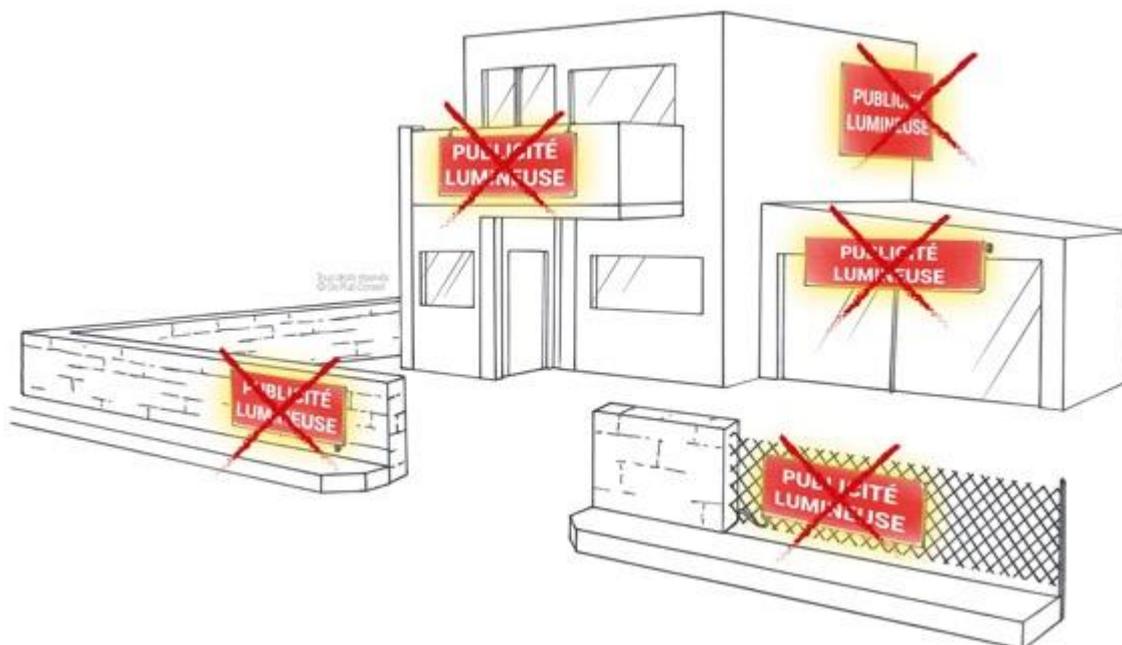
Surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$

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

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

La publicité lumineuse ne peut :

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

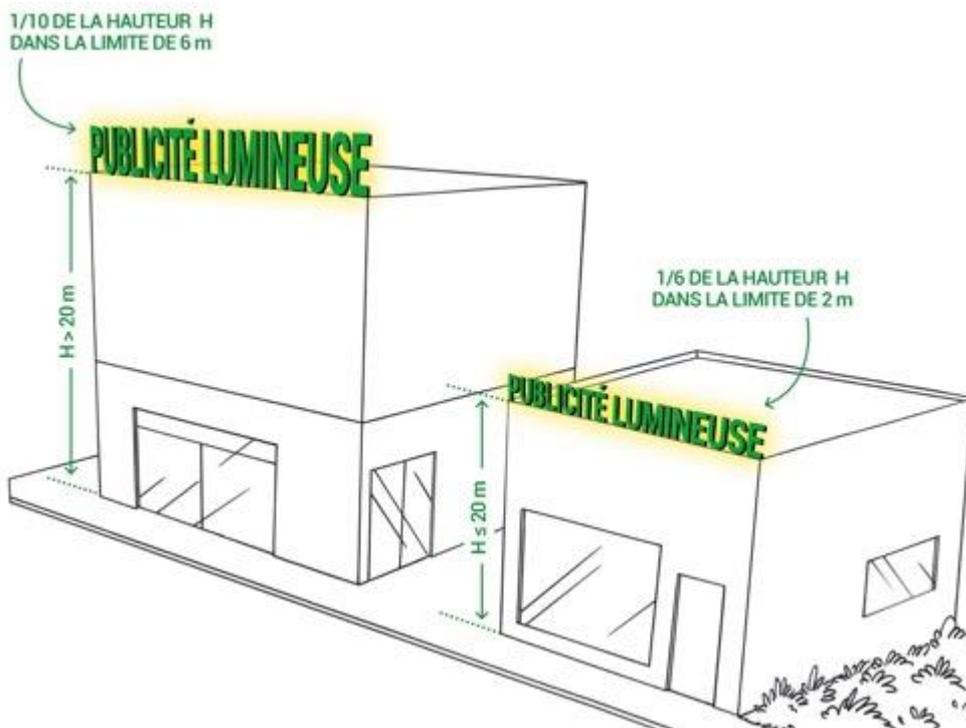


Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la

¹⁷ arrêté ministériel non publié à ce jour

dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

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



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

Surface unitaire maximale ≤ 8 m²

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

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel¹⁸, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

¹⁸ arrêté ministériel non publié à ce jour

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

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

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique.

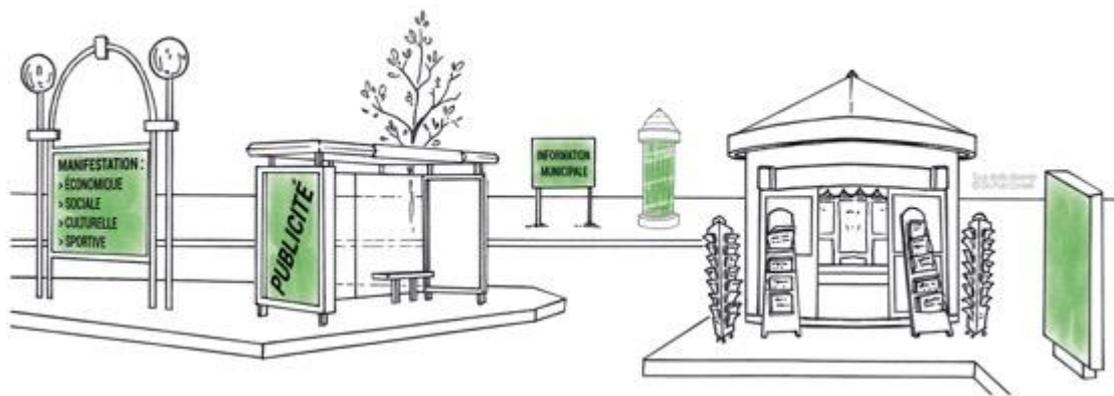
S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure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

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

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

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



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

La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;

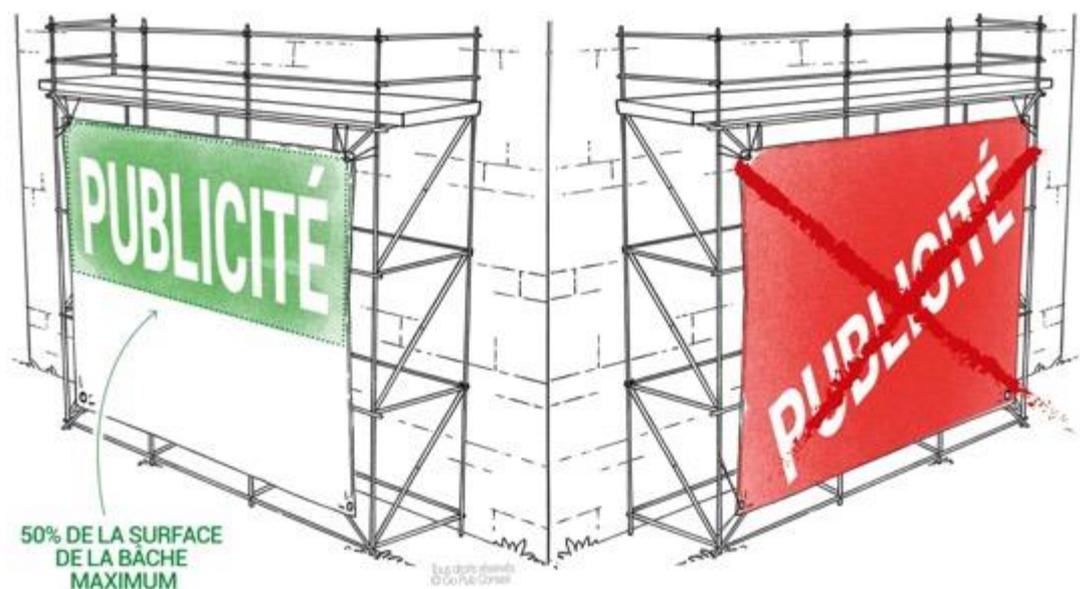
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

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

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

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

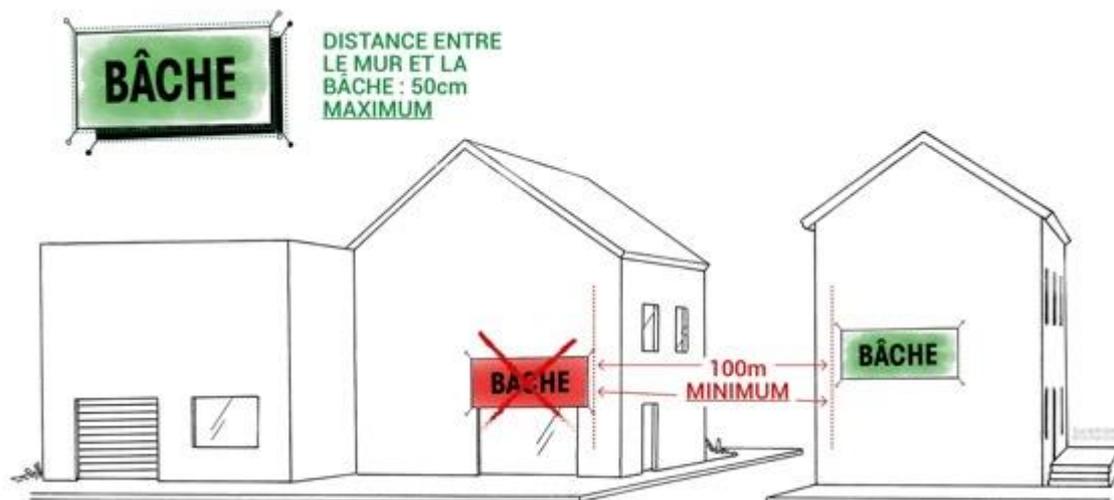
Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier \leq 50% de la surface de la bâche¹⁹



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

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

¹⁹ l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



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

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

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

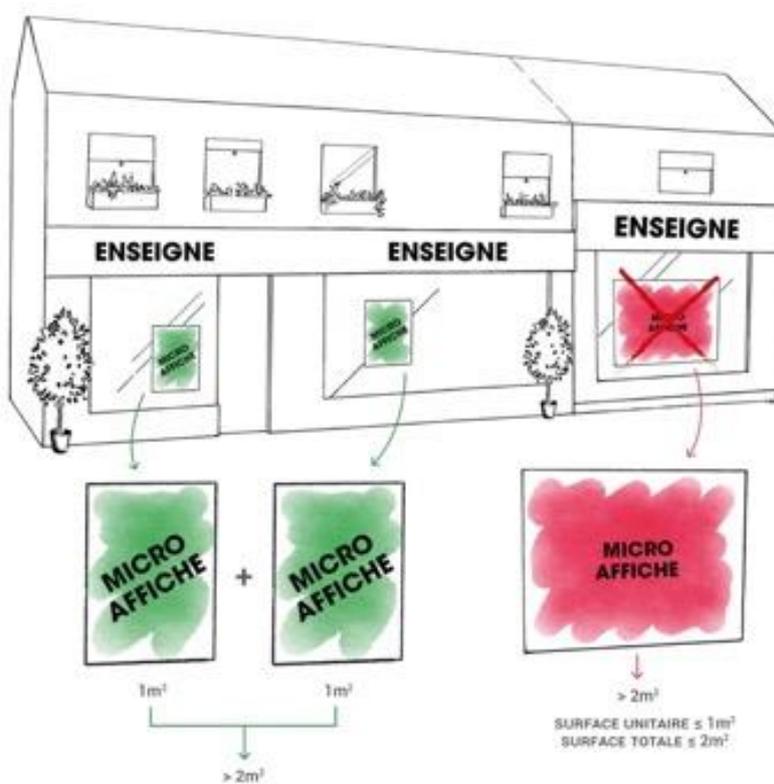
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

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

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

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

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



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Règles spécifiques applicables à l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération

Type	Caractéristiques	
Publicité non lumineuse sur mur ou clôture	Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineux	Surface $\leq 12 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6 \text{ m}$	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
Publicité lumineuse	Surface $\leq 8 \text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6 \text{ m}$	

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

Les publicités sur les véhicules terrestres²⁰ ainsi que sur les eaux intérieures²¹ sont également règlementées par le code de l'environnement.

²⁰ Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

²¹ Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

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

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

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

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

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

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

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

Une enseigne doit être :

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

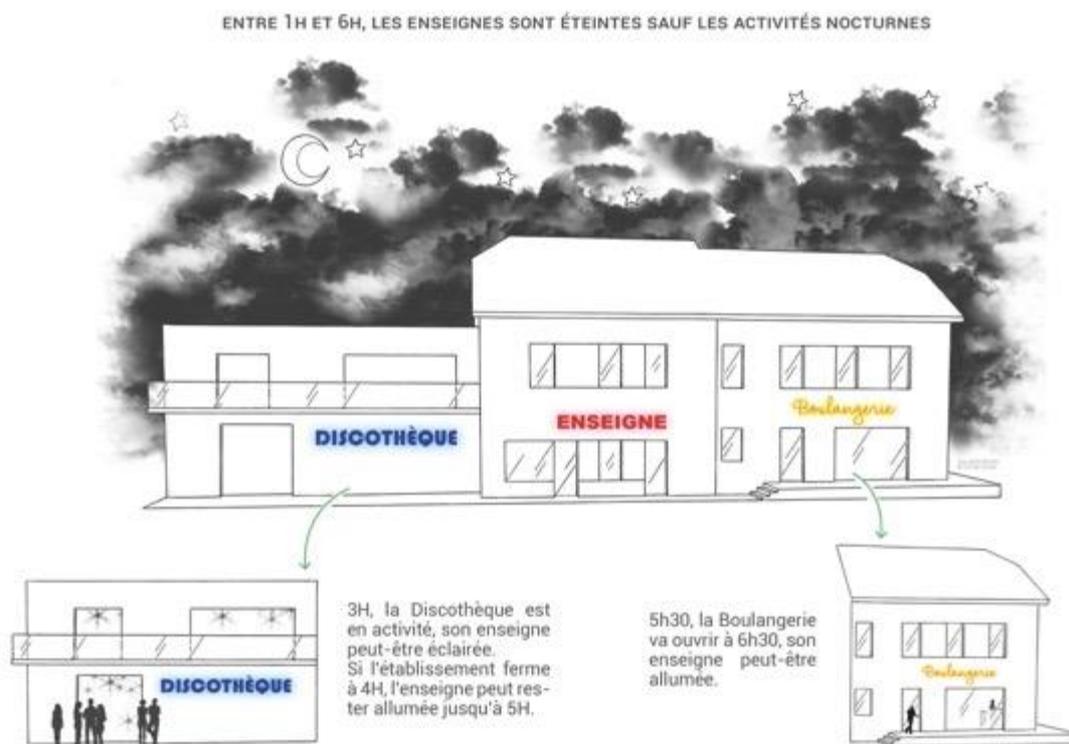
Les enseignes lumineuses

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

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel²².

Elles sont éteintes²³ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

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



²² arrêté non publié à ce jour

²³ l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

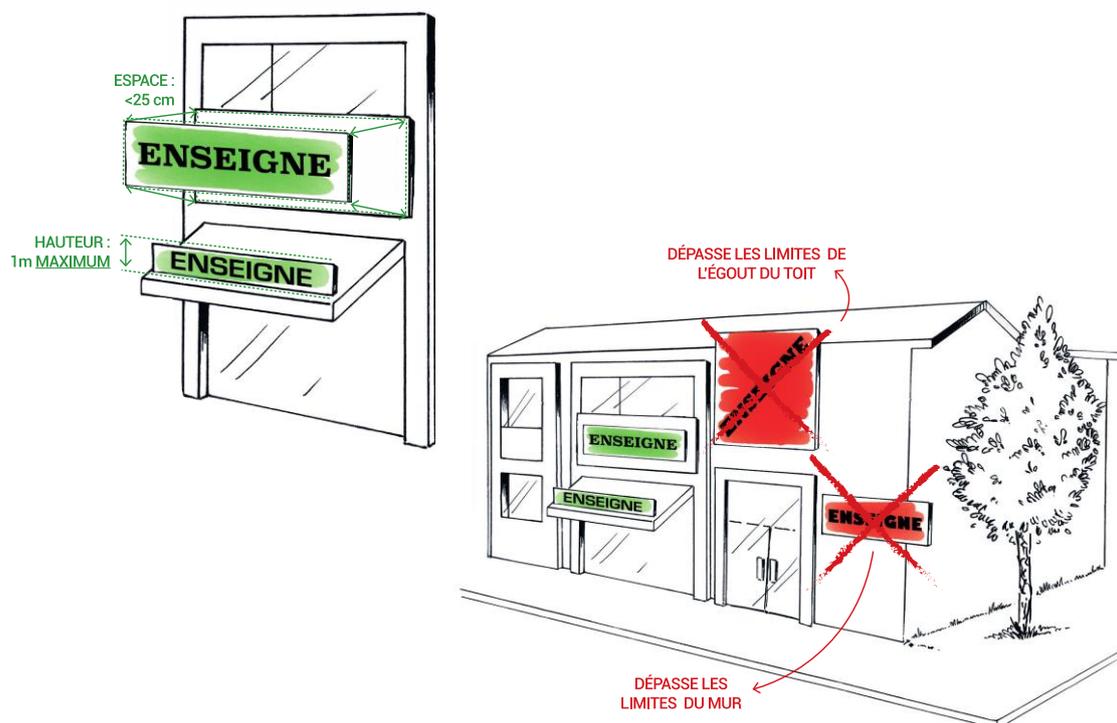
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

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

Des enseignes peuvent être installées :

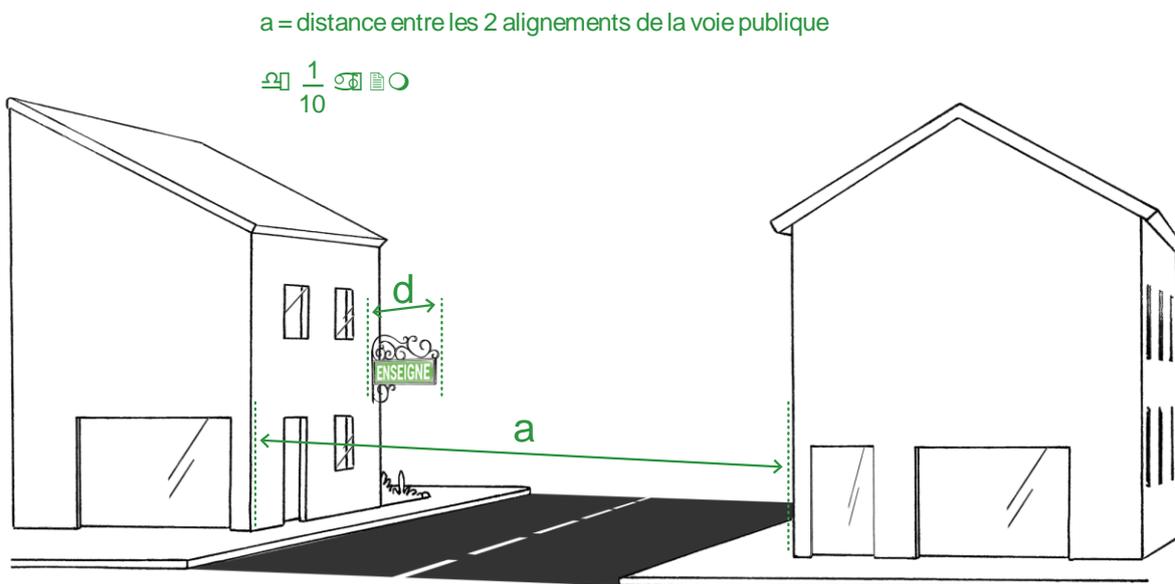
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

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

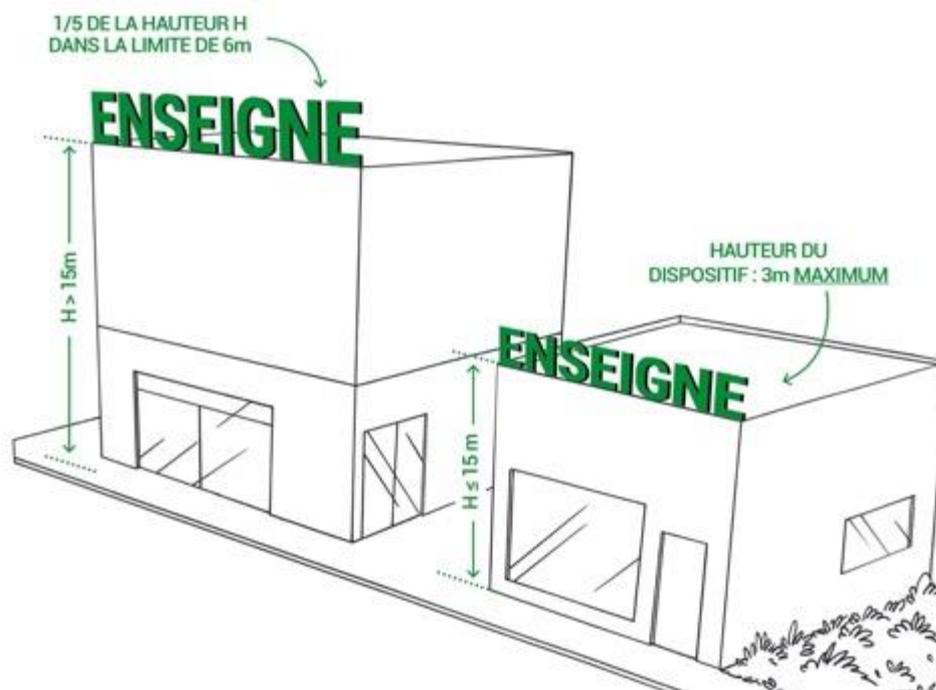


Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

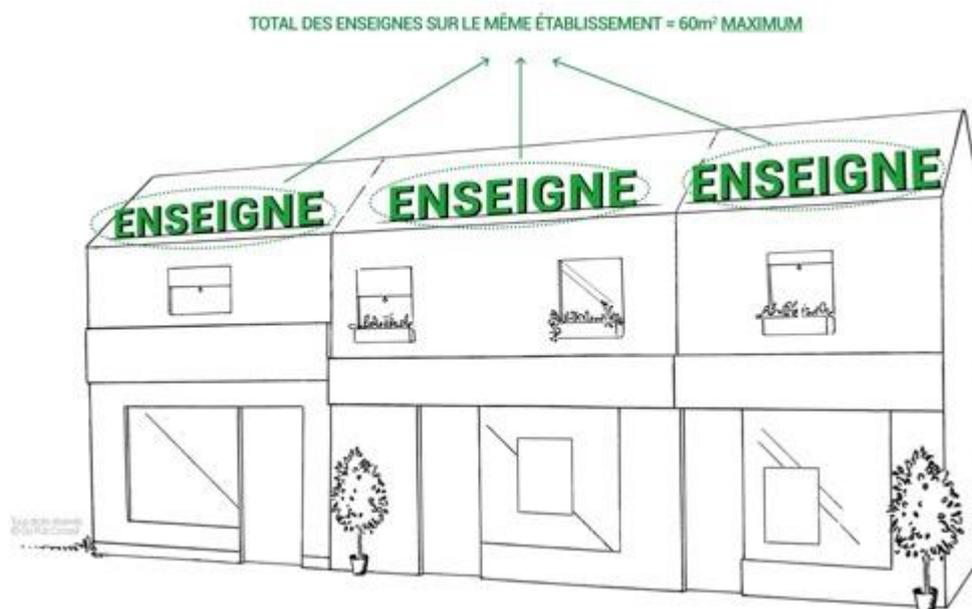
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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

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



Surface cumulée²⁴ des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²



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

Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée²⁵ excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².



Les enseignes parallèles et les enseignes perpendiculaires au mur entrent dans le calcul de la surface cumulée des enseignes apposée sur la façade commerciale. Dans le cas des enseignes perpendiculaires, le recto et le verso se cumulent. Les publicités murales ou le micro-affichage n'entrent pas dans le calcul de la surface totale des enseignes.

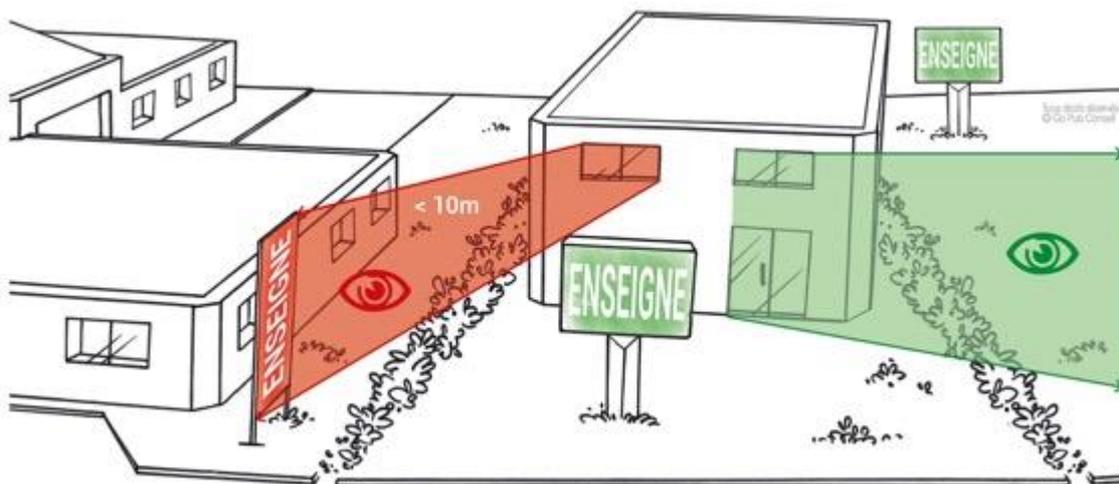
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface commerciale. Les enseignes apposées sur auvents ou marquises ne sont pas prises en compte dans le calcul de la surface cumulée.



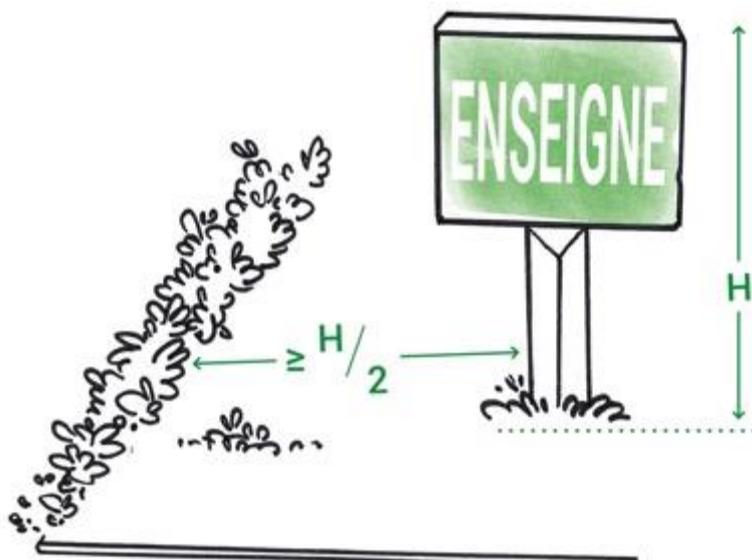
²⁵ Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

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

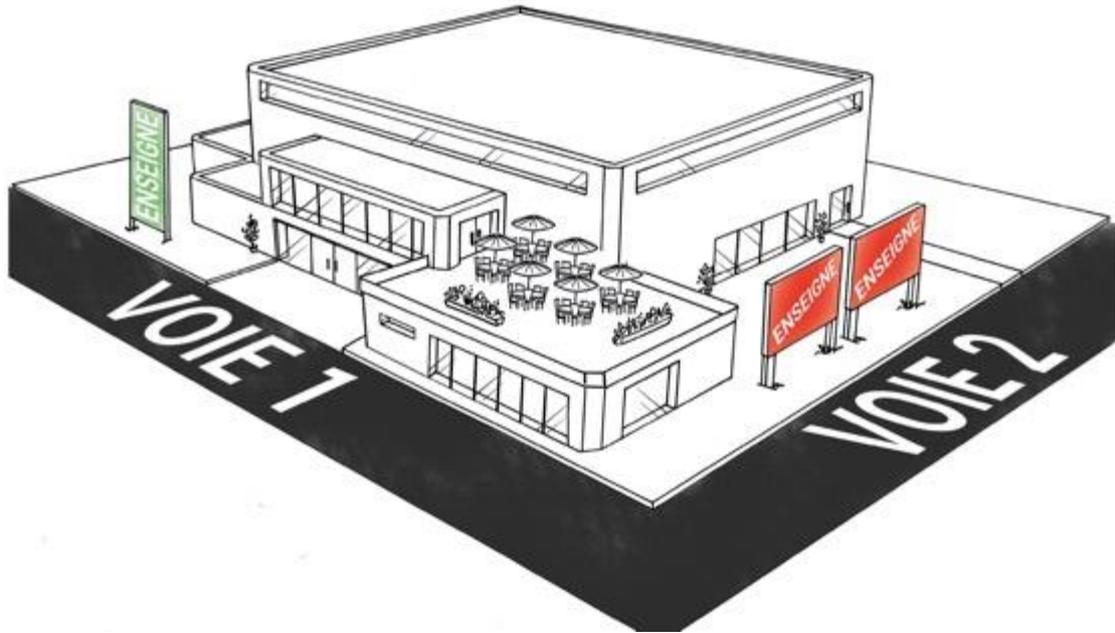
Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



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



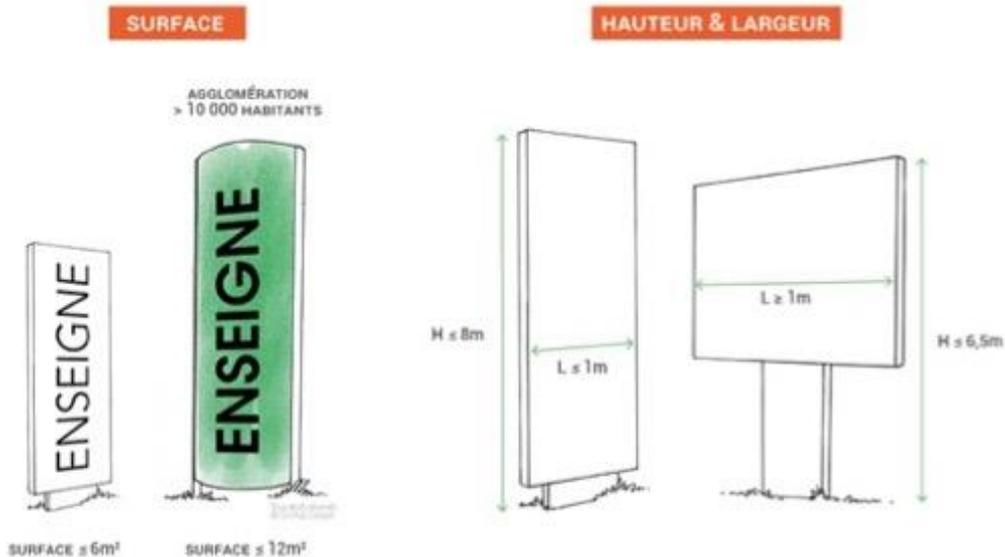
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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



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

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

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

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

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

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes²⁶ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel²⁷.

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

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

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

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

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

- Surface totale ≤ 60 m²

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

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- Surface ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

²⁶ il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

²⁷ arrêté non publié à ce jour

e) La réglementation locale

Sanary-sur-Mer dispose d'un règlement local de publicité depuis le 5 avril 1993. Ce RLP a été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation, sans révision de ce règlement celui-ci deviendra caduc en 2020, conformément à la réforme de la loi « Grenelle II ».

La réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicité restreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national*²⁷ ».

Le RLP de 1993 institue 2 zones de publicités restreintes (A et B) et une zone de publicité autorisée (C) sur le territoire de Sanary-sur-Mer :

- **La zone A** concerne « *l'ensemble du territoire communal situé en agglomération, hormis la zone B* »²⁸
- **La zone B** se situe « *en bordure de l'Avenue de la Résistance, entre le PR 15,540 et le PR 16,100* »²⁹
- **La zone C** se trouve « *en bordure de la RD11 direction Ollioules, ayant son origine au passage inférieur SNCF et son extrémité à la limite de la commune avec Ollioules* »³⁰. Cette zone hors agglomération se situe à proximité immédiate d'établissements commerciaux industriels ou artisanaux.

²⁸ Titre 2 - art. 6 du RLP

²⁹ Titre 2 - art.8 du RLP

³⁰ Titre 7 - art.19 du RLP



Zonage du règlement local de publicité de Sanary-sur-Mer



Ce règlement s'organise en 11 titres et un plan de zonage. Les 11 titres abordent les points suivants :

- Les dispositions générales
- Les zones de publicité restreinte
- Le mobilier urbain
- Les enseignes
- Les préenseignes
- La zone de publicité autorisée
- Les contrats de concessions
- La responsabilité des installations et obligations
- Les sanctions
- La fiscalité
- Le recouvrement de la taxe

Pour commencer, les dispositions générales indiquent notamment les interdictions de publicités sur le territoire. L'une d'entre elle, qui pourra faire l'objet de discussion, revient à interdire « l'affichage à proximité immédiate des plaques commémoratives »³¹. Par ailleurs, des prescriptions de matériaux à utiliser sont précisées en article 4. Sachant que le RLP date de 1993, est-il toujours d'actualité de maintenir ces recommandations dans le futur RLP ? En effet, le Code de l'environnement prévoit déjà ce type de dispositions.

³¹ Titre 1- art.2 du RLP

Les règles propres à chacune des zones sont reportées dans le tableau suivant :

	Zone de publicité restreinte A	Zone de publicité restreinte B	Zone de publicité autorisée C
Interdictions	Installation de publicité hors agglomération (sauf ZPA) Affichage à proximité immédiate des plaques commémoratives Affichage sur les arbres		
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Interdite	Autorisée dans la limite des 12m ²	Autorisée dans la limite des 12m ² Hauteur limitée à 6m
Publicité apposée sur mur ou clôture Et sur palissade de chantier durant les travaux	Autorisée	-	-
Densité	-	Pas plus d'un dispositif par unité foncière Interdistance de 30 m	Pas plus d'un dispositif par unité foncière présentant un linéaire d'au moins 40m Interdistance de 30 m
Publicité apposée sur mobilier urbain	Autorisée dans la limite de 2m ² par dispositif	-	-
Préenseigne	-	-	Autorisée dans la limite d'1 mètre de hauteur et 1,5m de largeur
Enseigne	Les publicités de marque sur enseigne limitées à 30% de la superficie totale de l'enseigne		
Affichage d'opinion, associatif et à caractère culturel et sportif	Autorisé	-	-

Parmi ces règles nous retiendrons les règles de densité concernant la publicité. Celles-ci prescrivent un dispositif par unité foncière avec, en zone C, un linéaire minimum de 40m de l'unité foncière. A l'inverse, les règles d'interdistance ne sont plus valides au regard des évolutions apportées par la loi Grenelle II. Au niveau des enseignes, le RLP précise une règle de proportion de 30% de la superficie de l'enseigne, réservée à la publicité de marque. Cette règle pose la question de sa mise en application et du contrôle pour la faire respecter.

Il faut noter par ailleurs que l'évocation de la signalisation d'information locale est abordée sans la mentionner. Toutefois, ce type de dispositif ne concerne pas les règlements locaux de publicité puisqu'il se réfère au code de la route et non au code de l'environnement.

5. Régime des autorisations et déclarations préalables

1) l'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

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

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

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

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

2) la déclaration préalable

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

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

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

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

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

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

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

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

7. Les délais de mise en conformité

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

	Infractions au Code de l'environnement	Infractions au RLP
Publicités et préenseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de Juillet 2015.	Délais de 2 ans suite à l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de Juillet 2018.	Délais de 6 ans suite à l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

II. Diagnostic du parc d'affichage

Un recensement des publicités et préenseignes (hors mobilier urbain) situées à Sanary-sur-Mer a été réalisé en octobre – novembre 2018. Quant aux enseignes, elles ont fait l'objet d'un inventaire partiel dans les secteurs suivants :

- Le long d'axes structurants : ancien chemin de Toulon et D559 (route de Bandol)
- Le centre-ville et le port
- Le pôle d'activité situé au sud-est de la ville

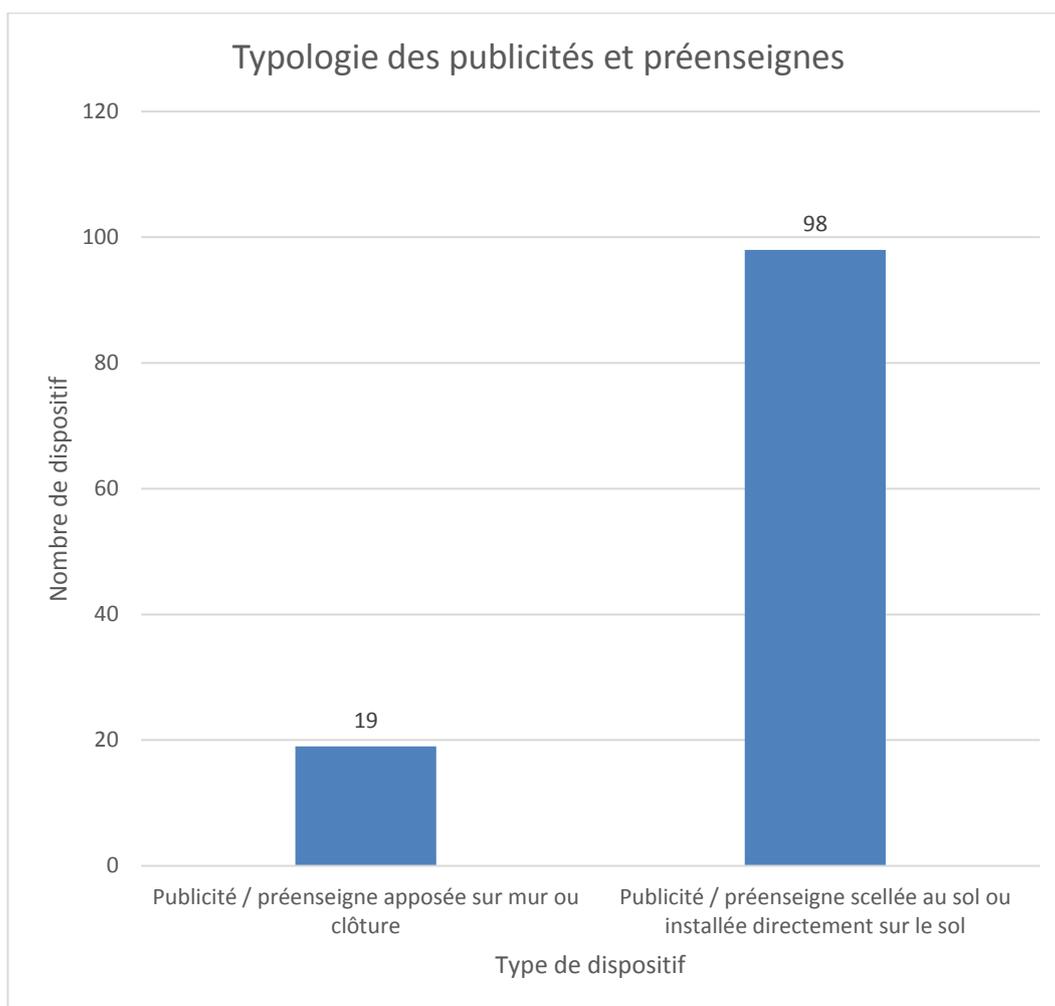
Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

Nous verrons dans un premier temps, les caractéristiques des publicités et préenseignes existantes sur le territoire communal. Puis, nous aborderons dans un second temps, les enjeux posés par les enseignes.

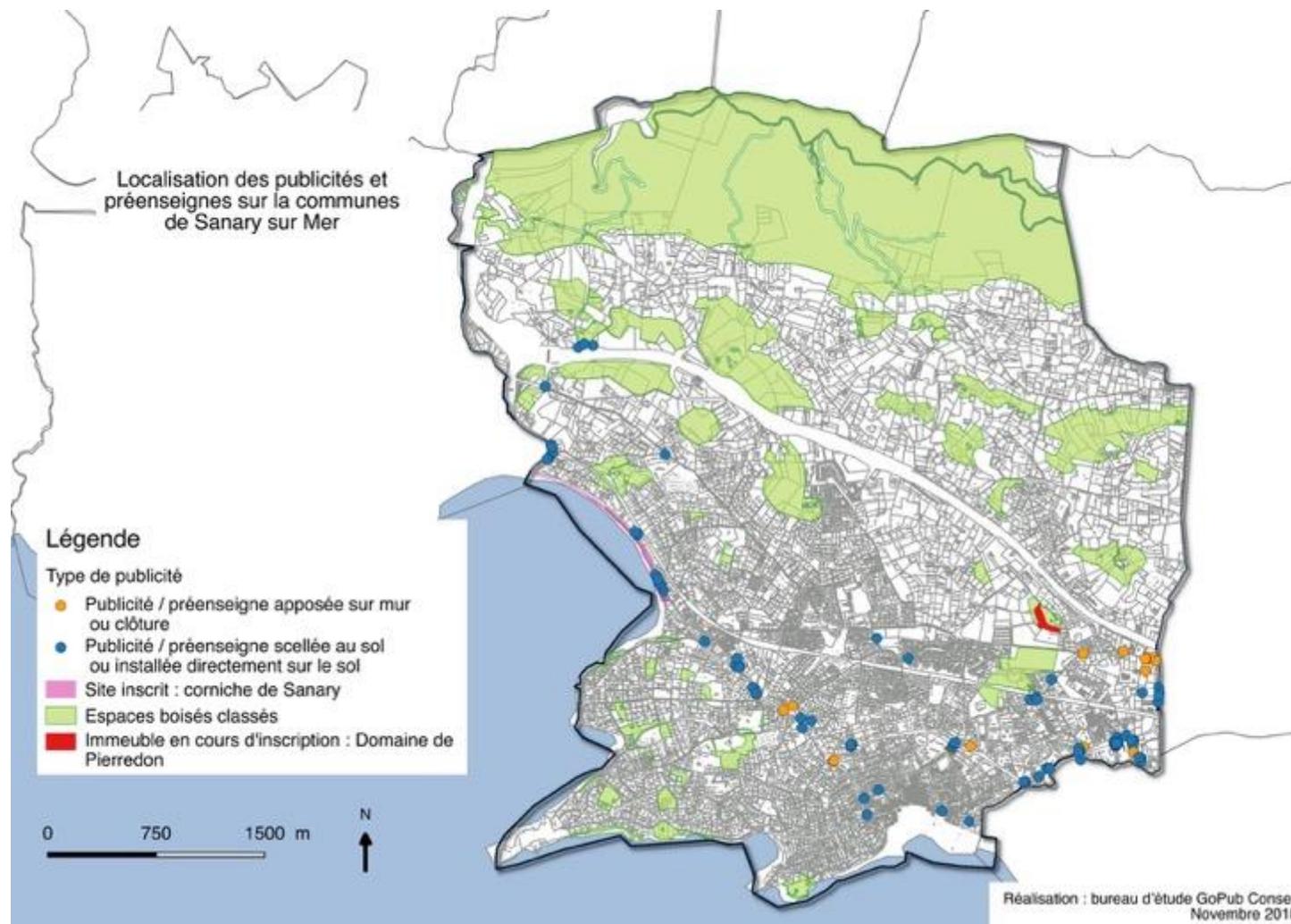
1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

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

Sur la commune, les publicités et préenseignes sont présentes sous 2 formes distinctes :

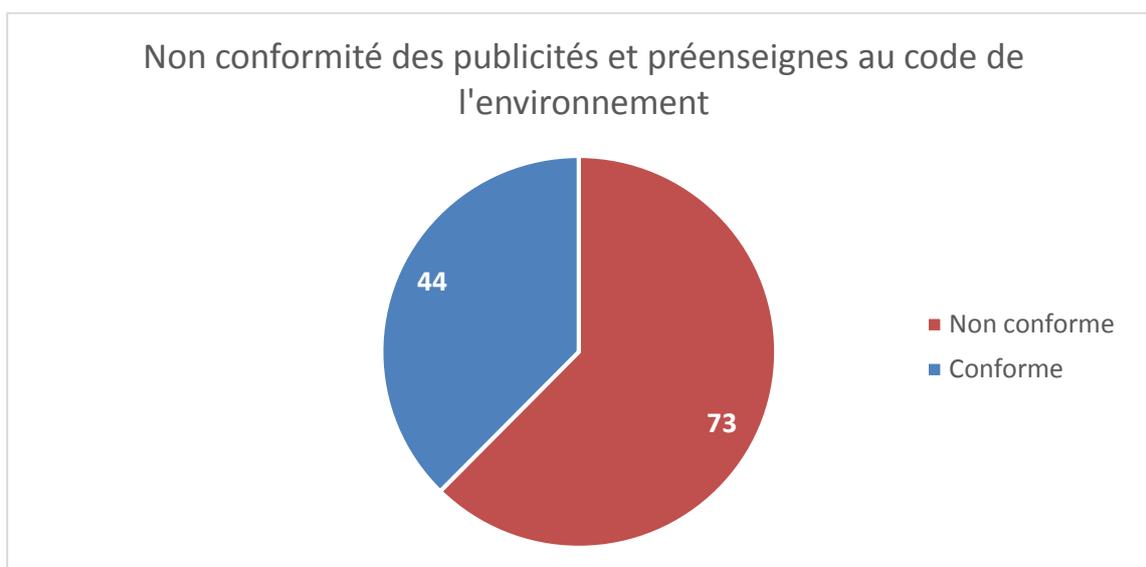


Au total, 117 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total 363 m² de surface d'affichage.

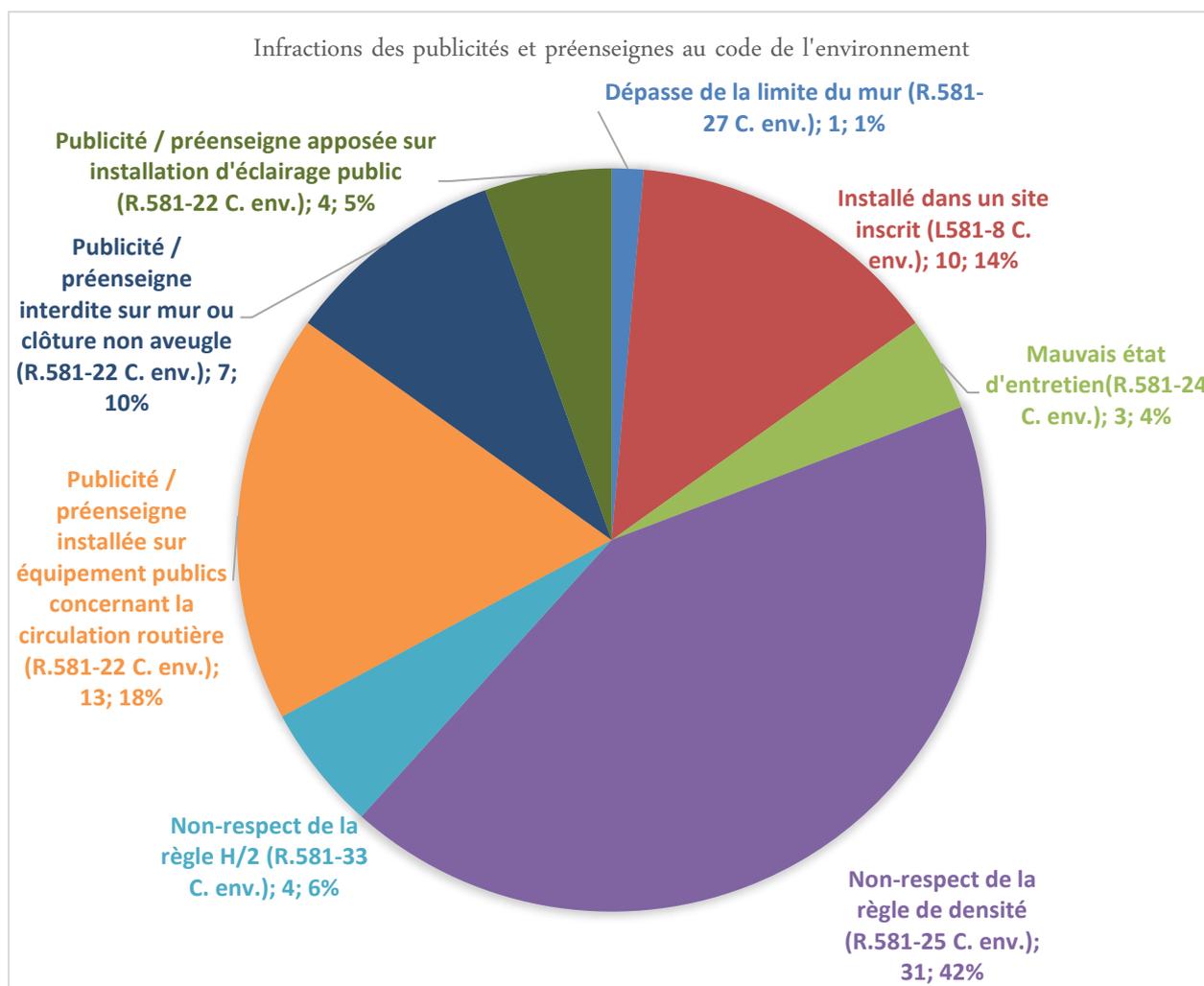


La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On note la présence des dispositifs publicitaires le long des principaux axes traversants le territoire. Les dispositifs de type scellé au sol ou installés sur le sol y sont majoritaires. En centre-ville et dans la zone d'activité située à l'est de Sanary, nous observons également la présence de publicités ou préenseignes apposées au mur.

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant les dispositifs non-conformes au Code de l'environnement.



On constate que 73 dispositifs sont non conformes au Code de l'environnement soit 61% des publicités ou préenseignes de Sanary-sur-Mer. Les infractions sont réparties de la manière suivante :



Les principales sources d'infractions concernent en premier lieu des publicités ou préenseignes installées sur des équipements publics dédiés à la circulation ou encore des installations d'éclairage publics. Ces types d'infraction touchent 17 dispositifs soit 23% des infractions.



Exemple de préenseignes apposées sur équipement public dédié à la circulation et sur installation d'éclairage public – En dehors de Sanary-sur-Mer

Le non-respect des règles de densité est la seconde source de non conformité la plus importante. Toutefois cette infraction concernent moins de dispositif qu'il n'y paraît. En effet, certaines publicités ou préenseignes sont regroupés sur un même dispositif. Au total il s'agit de 17 dispositifs en infraction.



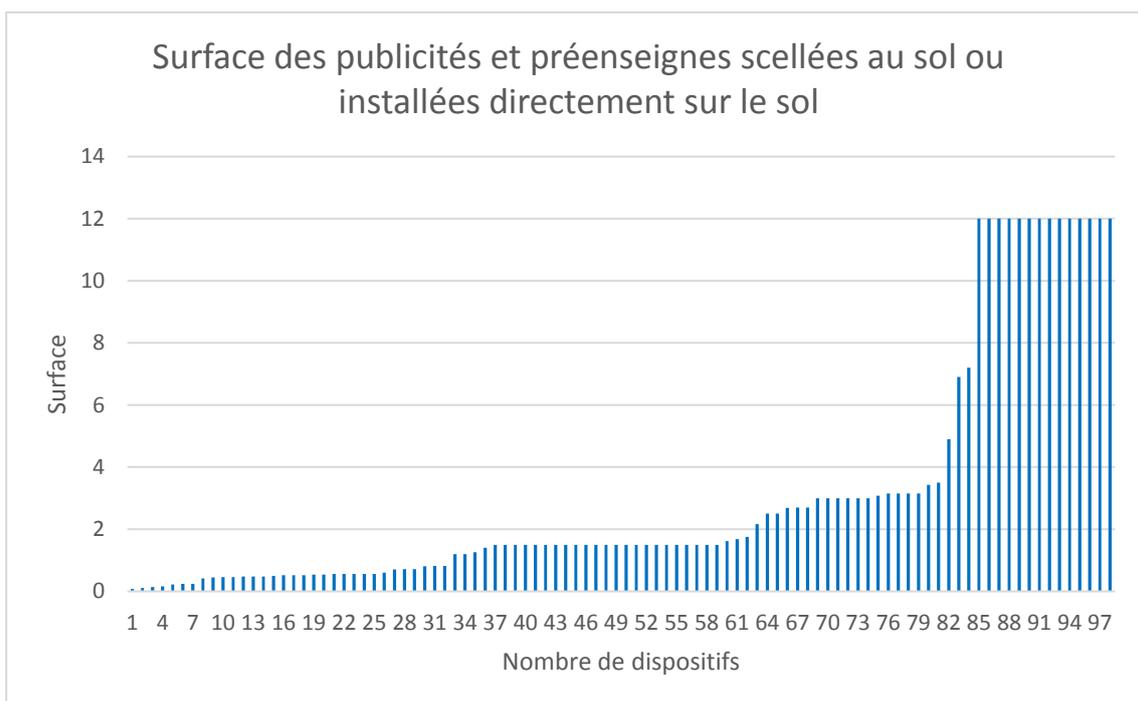
Cumul de préenseignes apposées sur des dispositifs ne respectant pas la règle de densité – novembre 2018 – D11 – Sanary-sur-Mer



Préenseignes scellées au sol ne respectant pas la règle de densité – novembre 2018 - D559 – Sanary-sur-Mer

Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol :

Avec une part de 84% de l'ensemble des dispositifs, les publicités et préenseignes scellées au sol représentent une grande majorité du parc d'affichage publicitaire.



Le graphique précédent représente l'ensemble des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol en fonction de leur surface. 14% des dispositifs possèdent une surface comprise entre 8 m² et 12 m², la limite de surface autorisée à la fois dans le RLP de 1993 et dans le Code de l'environnement. Pour les autres publicités et préenseignes (82%), mis à part 3 d'entre elles, leur superficie ne dépasse pas 4 m².



Dispositif scellé au sol de 12m² sur 2 pieds – novembre 2018 – D11 – Sanary-sur-Mer



Dispositif scellé au sol de 12m² sur pied simple – novembre 2018 – D11 – Sanary-sur-Mer



Dispositifs scellés au sol de petit format en infractions : installés dans le site inscrit de la corniche de Sanary – novembre 2018 – Sanary-sur-Mer

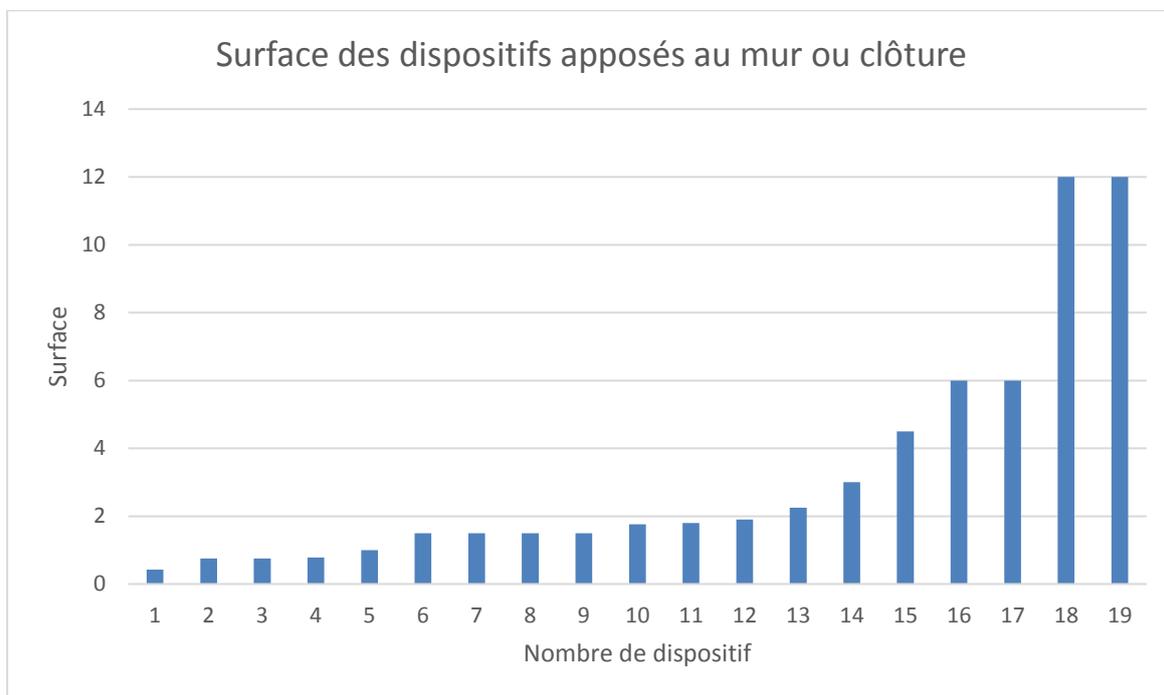


Dispositifs scellés au sol de petit format ne respectant pas la règle de H/2 - novembre 2018 route de Bandol – Sanary-sur-Mer

Les dispositifs scellés ou installés directement sur le sol dont la surface est importante se retrouvent essentiellement le long des axes structurants de la ville tels que la D11 et la D559. En ce qui concerne les publicités et préenseignes de plus petit format, elles font souvent l'objet d'un regroupement sur un même dispositif. Il faut noter également la présence de plusieurs dispositifs de ce type dans le site inscrit de la corniche de Sanary.

Publicités ou préenseignes apposées au mur ou sur clôture :

Les dispositifs publicitaires apposés au mur ou sur clôture sont peu présents sur le territoire, atteignant 16% du parc. Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage.



La surface de ce type de dispositif est globalement faible. La plus part d'entre eux ne dépasse pas les 4 m² (77%), et deux atteignent les 12 m².



Dispositifs de petit format en infraction : apposés sur clôture non aveugle – novembre 2018 – route de la Gare – Sanary-sur-Mer



Dispositif de 6m² apposé à une clôture aveugle – novembre 2018 – ancien chemin de Toulon – Sanary-sur-Mer



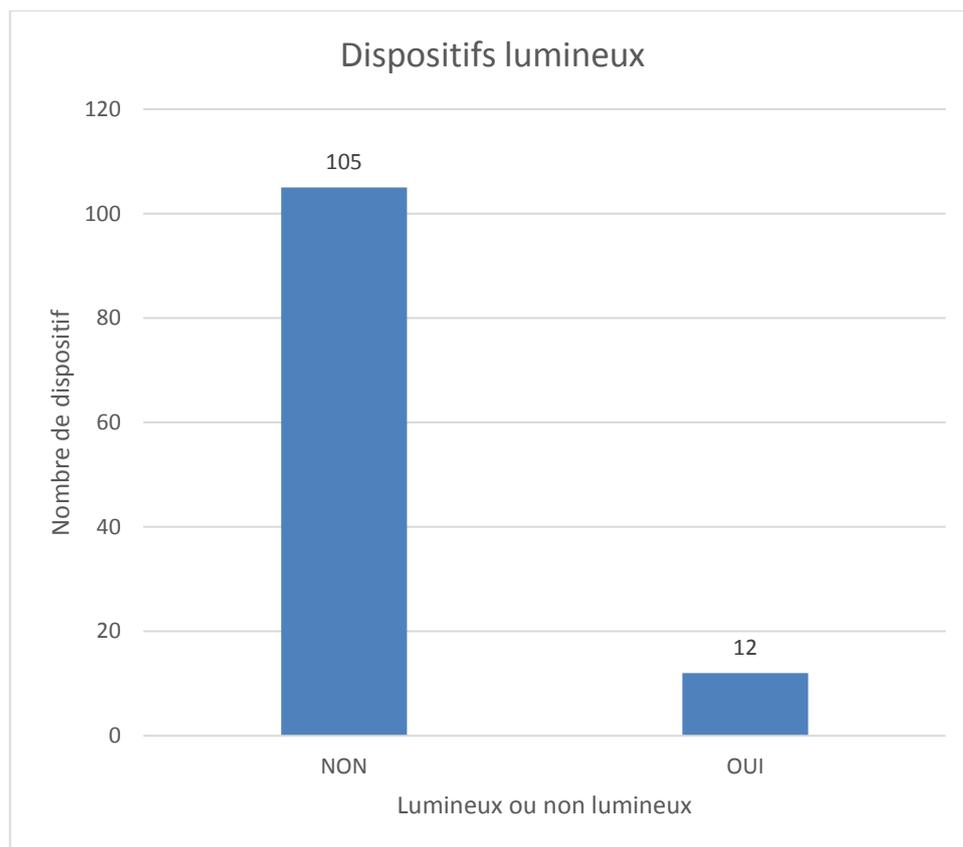
Dispositif apposé au mur de petit format en infraction : le mur n'est pas aveugle - ancien chemin de Toulon – novembre 2018 – Sanary-sur-Mer



Dispositifs apposés au mur de grand format en infraction : ne respectent pas la règle de densité - ancien chemin de Toulon – novembre 2018 – Sanary-sur-Mer

Publicités ou préenseignes lumineuse :

Il existe très peu de dispositifs publicitaires lumineux sur la commune de Sanary-sur-Mer. Ils représentent en effet un peu plus de 10% des dispositifs de la ville.



Les 12 dispositifs lumineux sont presque tous éclairés par projection ou par transparence. Par conséquent, en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses. Seul un dispositif est éclairé par des leds.



Dispositif apposé au mur éclairé par projection - ancien chemin de Toulon – novembre 2018 – Sanary-sur-Mer



Dispositif scellé au sol éclairé par projection – novembre 2018 – D11 – Sanary-sur-Mer



Dispositif scellé au sol éclairé par led – novembre 2018 – D11 – Sanary-sur-Mer

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

2. Les caractéristiques des enseignes

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage.

Six catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal :

- Les enseignes parallèles au mur (c'est à dire sur mur ou sur clôture) ;
- Les enseignes perpendiculaires au mur ;
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les enseignes sur auvent ou marquise ;
- Les enseignes sur clôture ;
- Les enseignes sur balcon (cette catégorie sera traitée avec les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur) ;

Les enseignes parallèles au mur :

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Cette typologie représente la majorité des enseignes présentes à Sanary-sur-Mer et se présente sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur notamment concernant son implantation. En effet, elle ne doit pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit.

Par ailleurs, les enseignes sur clôture entrent dans la catégorie des enseignes parallèles. Cette sous-catégorie présente en général deux cas de figure : les enseignes sur clôture aveugle que nous préférons aux enseignes sur clôture non aveugle. Les photographies suivantes proposent une mosaïque de pratiques rencontrées lors de l'inventaire réalisé.



Enseigne parallèle en lettres découpées peintes, novembre 2018 Sanary-sur-Mer



Enseignes parallèles sur panneau de fond disposées entre chaque ouverture de premier étage, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseigne en mauvais état d'entretien, novembre 2018
- Sanary-sur-Mer



Enseigne en lettres découpées dépassant le mur,
novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseigne sur clôture non aveugle, novembre 2018 -
Sanary-sur-Mer



Enseigne sur clôture aveugle, novembre 2018 -
Sanary-sur-Mer

Outre les infractions liées à l'implantation des enseignes parallèles, leur surface entre également en ligne de compte. Une règle de cumul des surfaces est posée dans le code de l'environnement. Lorsque la façade possède une superficie inférieure à 50 m², le cumul des surfaces des enseignes ne peuvent dépasser 25% de la surface de la façade. Lorsque la surface de façade est supérieure à 50 m², cette proportion passe à 15%³².

³² Art. R581-63 du code de l'environnement

Sur le territoire communal, on recense plusieurs enseignes contraires à cette règle nationale telles que le montrent les illustrations suivantes.



Façade saturée d'enseigne, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Façade marquante, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Les enseignes perpendiculaires au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur disposent généralement de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville.



Enseigne perpendiculaire lumineuse, novembre 2018
- Sanary-sur-Mer



Enseignes perpendiculaires disposées de chaque côté
des voies bordant l'activité, novembre 2018 - Sanary-
sur-Mer



Enseignes perpendiculaires verticales beaucoup présentes en centre-ville, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol :

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont un impact paysager particulièrement important lié à leur implantation, leur nombre et leur surface. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues en zones d'activités sont les drapeaux sur des mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ». En centre-ville le type de dispositif le plus courant est le chevalet.

Très souvent les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectent pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant l'activité. Pour les enseignes de plus d'un mètre carré, ce nombre est limité à une seule par le Code de l'environnement³³.



Publicité installée directement sur le sol de type chevalet. Ces dispositifs sont souvent assimilés à des enseignes alors même qu'ils ne sont pas installés sur l'unité foncière de l'activité qu'ils signalent. Dès qu'ils ne sont pas installés sur l'unité foncière de l'activité qu'ils signalent, ces dispositifs ne peuvent être considérés comme des enseignes que lorsque qu'ils bénéficient d'une autorisation d'occupation du domaine public, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Cumul d'enseignes scellées au sol sur un même dispositif, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseigne scellée au sol : 1 enseigne par voie bordant l'activité, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseignes scellées au sol en infraction : plus d'1 enseigne par voie bordant l'activité, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

³³ Art. R581-64 du code de l'environnement

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu :

Très peu présentes dans la commune de Sanary-sur-Mer, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu demeurent un type d'enseigne impactant en termes d'intégration paysagère. Une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif.



Enseigne sur toiture : Enseigne réalisée en lettres découpées, conformément au Code de l'environnement, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Les enseignes sur auvent ou marquise :

Les enseignes sur auvent ou marquise sont une sous-catégorie des enseignes parallèles au mur. Le Guide Pratique de la Publicité Extérieure, réalisé par le Ministère de l'Écologie, définit l'auvent comme « *une avancée en matériaux durs en saillie du mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries* ». Les enseignes sur auvent doivent donc respecter ces caractéristiques. A ce titre, le store n'est pas considéré comme un auvent.



Enseigne sur auvent en dur, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Bien qu'elles soient limitées à 1 mètre de hauteur par le Code de l'environnement, elles peuvent néanmoins avoir un impact important notamment dans les espaces étroits et/ou masquer les éléments architecturaux des bâtiments se situant derrière ces enseignes. Comme les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, ces dispositifs peuvent être implantés en façade sans altérer la visibilité du commerce et sans avoir un impact paysager trop dommageable.

Contrairement aux enseignes sur toiture, les enseignes sur auvents peuvent être réalisées avec un panneau de fond, sans être en infraction avec la réglementation nationale. La future réglementation locale pourra mettre en place un cadre réglementaire à ces enseignes.

Les enseignes lumineuses :

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

Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence. Aucune enseigne numérique n'a été relevée sur les secteurs ayant fait l'objet de l'inventaire des enseignes. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Enseigne lumineuse éclairée par transparence,
novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseigne lumineuse éclairée par projection,
novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

III. Enjeux en matière de publicité extérieure :

Enjeu n°1 : Préserver les espaces naturels et patrimoniaux de qualité et notamment le site inscrit de la Corniche de Sanary

Le littoral est un aspect paysager majeur pour la commune de Sanary-sur-Mer. Le port et la Corniche comptent parmi les éléments représentatifs de cette dimension paysagère. Cependant, plusieurs dispositifs publicitaires ont été relevés dans le site inscrit de la Corniche entre la voie et le trait de côte dégradant inévitablement les points de vue paysagers. Il y a effectivement un intérêt à préserver ces espaces pour maintenir la qualité du cadre de vie.



Publicités scellées au sol le long du site inscrit de la Corniche de Sanary, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Vue sur la baie de Sanary-sur-Mer, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Enjeu n°2 : Maitriser la densité et le format des dispositifs publicitaires sur le territoire

L'objectif est de proposer un encadrement des dispositifs publicitaires en matière de surface. En effet, on observe que le RLP de 1993 limitait leur surface à un maximum de 12 m², tout comme la réglementation nationale actuelle. Il est également impératif de mettre en place une règle de densité qui remplace les règles d'inter-distance fixées dans le RLP et qui permette d'éviter la surenchère de dispositif publicitaire. De plus, il existe de nombreux dispositifs, le plus souvent scellés au sol, cumulant un nombre important de publicités ou enseignes donnant un aspect patchwork et dont l'intégration paysagère reste très discutable.



Publicité scellée au sol le long de la voie, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Publicités ne respectant pas la règle de densité, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Enjeu n°3 : La place du mobilier urbain dans le paysage de la commune

La publicité supportée sur le mobilier urbain est présente sur l'ensemble de la commune. Ce mobilier urbain publicitaire occupe une place importante dans le paysage de Sanary-sur-Mer, on relève notamment des abris bus, des dispositifs de type « sucette » et un kiosque en centre-ville. La future réglementation locale pourra encadrer ces dispositifs sur l'ensemble du territoire.



Mobilier urbain de type kiosque dans le centre-ville, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Mobilier urbain de type abri bus, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Enjeu n°4 : Améliorer et/ou maintenir la qualité des enseignes sur l'ensemble du territoire

La future réglementation locale aura pour objectif de préserver les enseignes qualitatives du territoire et d'améliorer certaines enseignes ayant un impact sur le cadre de vie important. Une réglementation en nombre, en surface, en termes d'emplacement et d'utilisation pourra être envisagée dans le cadre de futur RLP de Sanary-sur-Mer.



Enseigne sur panneau de fond en infraction : dépasse le mur, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseigne parallèle en lettre découpées en relief, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Enjeu n°5 : Encadrer l'alignement des enseignes et leur intégration paysagère notamment dans le centre-ville

L'observation des enseignes de type parallèle et perpendiculaire amène à la question de l'alignement des enseignes par rapport au premier niveau du bâtiment dans lequel se trouve l'activité. Les images suivantes illustrent les questions que pose l'intégration paysagère liée à l'alignement des enseignes.



Enseignes perpendiculaires et parallèles alignées entre elles mais pas par rapport à la seconde enseigne perpendiculaire, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseignes perpendiculaires verticales et horizontales, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseignes parallèles sur deux niveaux alignées, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Enjeu n°6 : Encadrer et limiter l'impact des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, des enseignes sur auvent ou marquise et des enseignes sur balcon

Très peu présentes sur le territoire, les enseignes sur toiture occupent néanmoins une place importante dans le paysage du fait de leur implantation. Ces dispositifs sont particulièrement impactants et peuvent dans une grande majorité des cas être installés en façade sans nuire à la visibilité de l'activité. De nombreux RLP(I) limitent fortement voire interdisent l'implantation d'enseignes sur toiture dans certains secteurs (Bordeaux Métropole, Dijon Métropole) pour préserver et/ou améliorer le cadre de vie.

Les enseignes sur auvent et marquise présentent également un impact important en fonction de leur réalisation. La hauteur du panneau de fond est une variable à prendre en considération ainsi que la réalisation des lettrages.



Triple enseigne sur toiture, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseigne sur auvent, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Enjeu n°7 : Encadrer les enseignes scellées au sol ou installées sur le sol impactant fortement le paysage urbain

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol pourront être encadrées notamment en matière de surface. Par ailleurs, des secteurs privilégiés pourront être déterminés pour autoriser l'utilisation de ces dispositifs. La mise en place de règles spécifiques dédiées aux enseignes scellées au sol ou installées sur le sol de moins d'un mètre carré pourra également être envisagée.



Publicité installée directement sur le sol de type chevalet. Ces dispositifs sont souvent assimilés à des enseignes alors même qu'ils ne sont pas installés sur l'unité foncière de l'activité qu'ils signalent. Dès qu'ils ne sont pas installés sur l'unité foncière de l'activité qu'ils signalent, ces dispositifs ne peuvent être considérés comme des enseignes que lorsque qu'ils bénéficient d'une autorisation d'occupation du domaine public, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Cumul d'enseignes scellées au sol sur un même dispositif, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Publicité installée directement sur le sol de type chevalet. Ces dispositifs sont souvent assimilés à des enseignes alors même qu'ils ne sont pas installés sur l'unité foncière de l'activité qu'ils signalent. Dès qu'ils ne sont pas installés sur l'unité foncière de l'activité qu'ils signalent, ces dispositifs ne peuvent être considérés comme des enseignes que lorsque qu'ils bénéficient d'une autorisation d'occupation du domaine public, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseignes scellées au sol en infraction : plus d'une enseigne par voie bordant l'activité, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

Enjeu n°8 : La place des dispositifs lumineux sur le territoire

Compte tenu de son appartenance à l'unité urbaine de Toulon, le territoire doit fixer une plage d'extinction nocturne pour les publicités et préenseignes lumineuses dans son RLP. Une attention particulière doit être portée aux enseignes et aux publicités numériques, dont l'impact sur le paysage est particulièrement polluant.



Enseigne parallèle éclairée par projection, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseigne numérique, non-encadrée par le code de l'environnement car à l'intérieur du local de l'activité, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Publicité apposée au mur éclairée par projection, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer



Enseigne parallèle à lettre découpée éclairée par transparence, novembre 2018 - Sanary-sur-Mer

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

1. Les objectifs

Par une délibération en date du 21 novembre 2018, la commune de Sanary-sur-Mer s'est fixée les objectifs suivants :

Objectif n°1 : Lutte contre la pollution visuelle, préservation de la qualité paysagère du territoire et les espaces naturels ;

Objectif n°2 : Prise en compte de l'évolution législative et réglementaire notamment la loi portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relatif à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ;

Objectif n°3 : Préserver les espaces peu touchés par la pression publicitaire comme les zones résidentielles, les quartiers pavillonnaires ou encore les espaces naturels ou hors agglomération;

Objectif n°4 : Encadrer les dispositifs publicitaires sur le territoire afin de préserver les entrées de villes et les axes structurants notamment la D559, la D11, ou encore la D211 ;

Objectif n°5 : Prendre en compte l'arrivée des nouvelles technologies en matière d'affichage notamment les dispositifs lumineux ;

Objectif n°6 : Engager une réflexion sur la place des enseignes afin d'encadrer leur installation notamment en centre-ville ou encore en zone d'activités.

2. Les orientations

Pour réaliser les objectifs qu'elle s'est fixée, la commune de Sanary-sur-Mer a choisi les orientations suivantes :

Orientation n°1 : Préserver les espaces peu touchés par la pression publicitaire notamment les secteurs pavillonnaires et/ou résidentiels.

Orientation n°2 : Préserver le centre-ville en mettant en place une réglementation stricte n'autorisant que la publicité apposée sur mobilier urbain.

Orientation n°3 : Maintenir les interdictions relatives de publicité instituées par le Code de l'environnement.

Orientation n°4 : Limiter l'impact des dispositifs publicitaires en réduisant la densité et/ou le format de ces dispositifs.

Orientation n°5 : Réglementer les enseignes sur toiture, sur clôture et scellées au sol ou installées directement sur le sol sur l'ensemble du territoire.

Orientation n°6 : Encadrer les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur principalement dans le centre-ville.

Orientation n°7 : Mettre en place une réglementation spécifique applicable aux dispositifs lumineux.

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

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

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le centre-ville de la commune. La voirie délimitant la ZP1 de la ZP2 est incluse dans la totalité de sa largeur, trottoirs compris, dans la ZP1, et notamment les voies suivantes : Quai Charles de Gaulle, rue Jean Jaurès, Boulevard d'Estienne d'Orves, Rond-Point du Père Jean Popieluszko, D559 entre la limite Sanary/Six-Fours et le Rond-Point du Père Jean Popieluszko, Rond-Point Bad Sackingem, Chemin de la Buge, Rond-Point Saint-Roch, Corniche du Soleil, Rond-Point Koscierzyna, Avenue de la Résistance dans sa partie comprise entre le Rond-Point Koscierzyna et le Rond-Point René Cassin, Rond-Point René Cassin, Montée de la Carrerade-Dei-Riberado du rond-point René Cassin à la Traverse Lami, Traverse Lami, Montée Sœur Vincent de la Traverse Lami au droit de la parcelle n°AR 163, Boulevard Courbet, Quai Esménard.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre la zone agglomérée de la commune, à vocation d'habitats et d'équipements, non-couverte par les autres zones de publicités.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre une partie de la route de Bandol, du centre-ville au rond-point Stellamare, et une partie de la D11 entre la voie ferrée et le futur échangeur, sur une bande de 50m de part et d'autre de l'axe de la voie.

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception³⁴.

Par ailleurs, un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy³⁵, a également précisé qu'« *il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique* » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

Dans la zone de publicité n°1 (ZP1 – Centre-ville), la ville a choisi de mettre en place une réglementation stricte en interdisant toute publicité excepté la publicité apposée sur mobilier urbain. A ce titre, la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale³⁶ excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Dans ce cas, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 2,5 mètres carrés, encadrement inclus, et 3 mètres de hauteur, comme c'est actuellement le cas avec le RLP de 1993. La publicité apposée sur mobilier urbain peut être numérique dans cette zone, uniquement si ces images sont fixes (vidéos et/ou clips animés interdits).

L'objectif de cette réglementation est de préserver l'existant en mettant en place une réglementation protégeant le cadre de vie et l'environnement qualitatif de cet espace.

³⁴ Cf. p. 25 du présent rapport de présentation, concernant les préenseignes dérogatoires.

³⁵ CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986.

³⁶ Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement

Dans la zone de publicité n°2 (ZP2 – Zone à vocation d’habitat et d’équipement), la collectivité a décidé de mettre en place une réglementation adaptée à des espaces où subsiste peu de pression publicitaire. Ainsi, la ville n’a pas souhaité lever les interdictions relatives de publicité du site inscrit de la « *Corniche de Sanary* » et du périmètre de protection de 500 m autour du Domaine de Pierredon. La commune a choisi d’interdire :

- Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les bâches publicitaires ;
- Les publicités numériques excepté celles apposées sur le mobilier urbain ;
- Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Les publicités apposées sur clôtures.

L’objectif de cette réglementation est de favoriser l’implantation de dispositifs publicitaires qualitatifs sur ce secteur préservé du territoire.

A ce titre, la publicité apposée sur mur est autorisée dans la limite de 2,5 mètres carrés, encadrement inclus, et 2 mètres de hauteur. L’implantation des publicités apposées sur mur ou clôture ne peut être faite à moins de 50 cm des arêtes du mur ou de la clôture aveugle. La règle de densité est également renforcée et simplifiée pour n’autoriser qu’une seule publicité par mur dès lors que l’unité foncière dispose d’un linéaire supérieur ou égal à 45 mètres.

Enfin, concernant la publicité apposée sur mobilier urbain, celle-ci est régie par la réglementation nationale³⁷ excepté lorsqu’elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Dans ce cas, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est limitée à 2,5 mètres carrés, encadrement inclus, et 3 mètres de hauteur. Comme en ZP1, la publicité apposée sur mobilier urbain peut être numérique dans cette zone, uniquement si ces images sont fixes (vidéos et/ou clips animés interdits).

Cette réglementation permet de préserver des espaces peu touchés par la pression publicitaire et d’implanter des dispositifs publicitaires qualitatifs sur ces espaces.

En zone de publicité n°3 (ZP3 – axes structurants), la collectivité a décidé de mettre en place une réglementation plus souple que sur le reste du territoire afin de tenir compte des besoins des acteurs économiques. Dans cette zone, la collectivité a fait le choix d’interdire les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les publicités apposées sur clôture et les publicités sur bâches autres que les bâches de chantier (ces dernières restent autorisées). Ces règles ont pour but de limiter l’installation de dispositifs peu qualitatifs sur le territoire et d’entériner un état de fait car ces dispositifs sont actuellement absents du paysage de la commune.

Les publicités apposées sur mur sont limitées, comme en ZP2 (Zone à vocation d’habitat et d’équipement), à 2,5 mètres carrés, encadrement inclus, et 2 mètres de hauteur. Quant aux publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles sont limitées à 8 mètres carrés d’affiche, 10,5 mètres carrés « *hors tout* » et 6 mètres de hauteur afin de limiter l’impact des dispositifs de grands formats. Pour atténuer l’impact de ces dispositifs publicitaires, la collectivité a également mis en place des dispositions esthétiques :

- Pour les publicités apposées sur mur ou clôture, il s’agit d’interdire les implantations à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ou de cette clôture ;
- Pour les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, il s’agit d’obliger ces dispositifs à recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée si le dispositif ne comporte d’une seule face d’affichage.

³⁷ Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l’environnement

Outre ces prescriptions, la commune a décidé de renforcer la règle de densité applicable sur ces deux zones de publicité. A ce titre, une seule publicité est autorisée dès lors que l'unité foncière dispose d'un linéaire supérieur ou égal à 45 mètres. L'objectif de cette règle est de limiter l'implantation et la surenchère de dispositifs publicitaires aux abords de ses axes structurants. Afin de limiter son impact sur le paysage, la publicité numérique est autorisée uniquement sur la ZP3 (Axes structurants). Celle-ci est autorisée seulement si elle est réalisée avec des images fixes (procédés vidéo interdits). Elle est également limitée à 2,5 mètres carrés, encadrement inclus et 3 mètres de hauteur afin de limiter l'impact de ces dispositifs, actuellement inexistant sur le territoire communal.

Enfin, la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale³⁸ excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Dans ce cas, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 2,5 mètres carrés, encadrement inclus et 3 mètres de hauteur. La publicité apposée sur mobilier urbain peut être numérique dans cette zone, uniquement si ces images sont fixes (vidéos et/ou clips animés interdits). Cela permet d'harmoniser les règles applicables à la publicité apposée sur mobilier urbain sur l'ensemble du territoire.

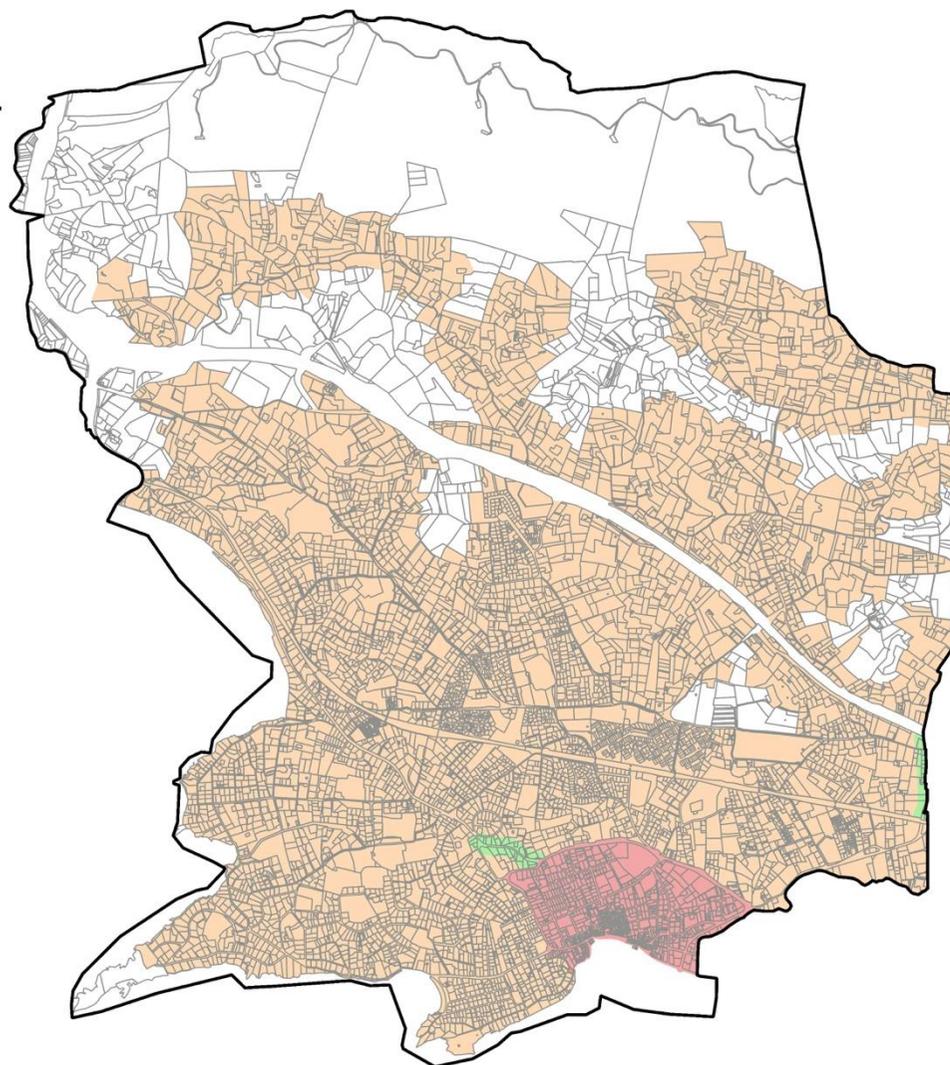
L'ensemble des publicités et préenseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne. Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, y compris celles supportées par le mobilier urbain afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

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

Les trois zones de publicité sont délimitées sur la carte ci-dessous :

³⁸ Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux publicités et préenseignes de Sanary-sur-Mer

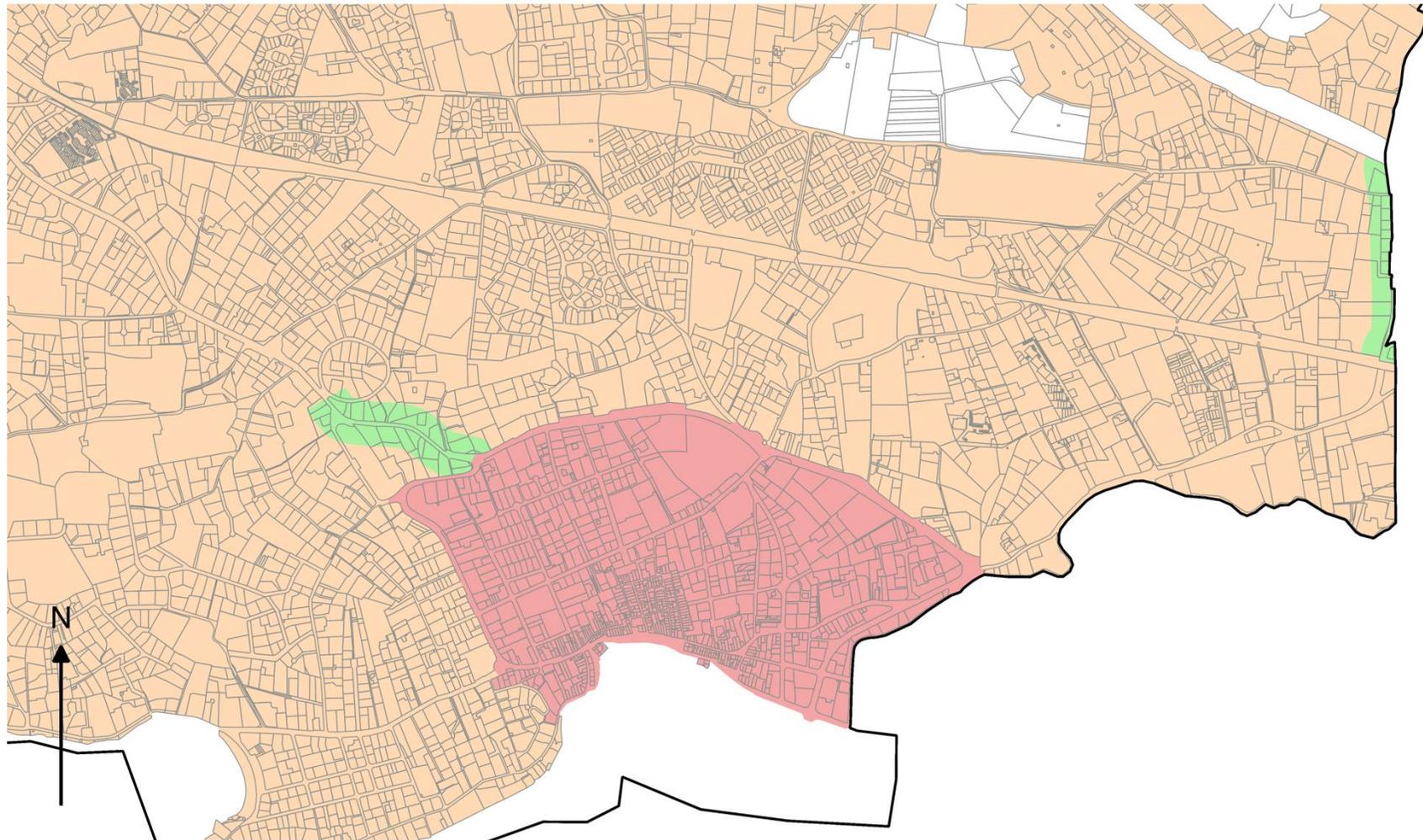


Légende

- Zone de publicité n°1 (Centre-ville)
- Zone de publicité n°2 (Zone agglomérée à vocation d'habitat et d'équipements, non couverte par la ZP1 et ZP3)
- Zone de publicité n°3 (une partie de la Route de Bandol et une partie de la D11)

0 750 1500 m

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux publicités et préenseignes de Sanary-sur-Mer



Légende

- Zone de publicité n°1 (Centre-ville)
- Zone de publicité n°2 (Zone agglomérée à vocation d'habitat et d'équipements, non couverte par la ZP1 et ZP3)
- Zone de publicité n°3 (une partie de la Route de Bandol et une partie de la D11)



2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et dans un souci de cohérence, le zonage choisi pour les enseignes est différent du zonage qui s'applique à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, les 3 zones sont définies pour les enseignes :

- La zone d'enseigne n°1 (ZE1) couvre le centre-ville de la commune. La voirie délimitant la ZE1 de la ZE2 est incluse dans la totalité de sa largeur, trottoirs compris, dans la ZE1, et notamment les voies suivantes : Quai Charles de Gaulle, rue Jean Jaurès, Boulevard d'Estienne d'Orves, Rond-Point du Père Jean Popieluszko, D559 entre la limite Sanary/Six-Fours et le Rond-Point du Père Jean Popieluszko, Rond-Point Bad Sackingem, Chemin de la Buge, Rond-Point Saint-Roch, Corniche du Soleil, Rond-Point Koscierzyna, Avenue de la Résistance dans sa partie comprise entre le Rond-Point Koscierzyna et le Rond-Point René Cassin, Rond-Point René Cassin, Montée de la Carrerade-Dei-Riberado du rond-point René Cassin à la Traverse Lami, Traverse Lami, Montée Sœur Vincent de la Traverse Lami au droit de la parcelle n°AR 163, Boulevard Courbet, Quai Esménard.
- La zone d'enseigne n°2 (ZE2) couvre l'ensemble de la zone agglomérée à vocation principale d'habitat et d'équipements ainsi que les espaces hors agglomération.
- La zone d'enseigne n°3 (ZE3) couvre les zones d'activités du territoire.

Sur l'ensemble du territoire, la commune a fait le choix d'interdire les enseignes sur :

- les arbres ;
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu ;

Elle a également décidé d'interdire les enseignes numériques et les enseignes en néons sur l'ensemble de son territoire. L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs le territoire de la commune et de maintenir l'état actuel du territoire sur ces secteurs.

La commune a choisi d'interdire les enseignes sur clôture en ZE1 (Centre-ville). Dans cette zone, mais également sur le reste de son territoire, la collectivité a choisi d'encadrer les enseignes parallèles au mur afin que leur implantation soit respectueuse des bâtiments sur lesquelles elles sont installées. L'implantation des enseignes parallèles au mur doit se faire en dessous des limites du plancher du 1er étage pour les activités exercées en rez-de-chaussée. En ZE1 (Centre-ville) et en ZE2 (Zone d'habitat et d'équipements), les enseignes parallèles sont limitées à 0,40m de hauteur et doivent être réalisées en lettres découpées ou peintes.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par activité. Leur hauteur ne doit pas dépasser 0,6 mètre et la saillie de ces enseignes est limitée à 0,6 mètre maximum.

L'objectif de ces règles est de pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et valoriser ce secteur à forte dominance patrimoniale. La collectivité souhaite donc privilégier des enseignes qualitatives sur ces espaces.

Toujours dans le but de préserver son patrimoine, la collectivité a choisi d'interdire les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré en ZE1 (Centre-ville).

Cependant, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol inférieure ou égale à un mètre carré sont autorisées. Ces enseignes sont limitées à une par voie bordant l'activité et

1,50 mètre de hauteur maximum sur l'ensemble du territoire. Cette réglementation a pour but de limiter leur nombre et leur implantation anarchique sur la commune.

Contrairement à l'interdiction des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré instituée en ZE1 (centre-ville), ces dispositifs sont autorisés en ZE2 (zone d'habitat et d'équipements), dans la limite de 1,5 mètres carrés et 2 mètres de hauteur. Cette surface est portée à 4 mètres carrés et 3 mètres de hauteur lorsque plusieurs activités, situées sur la même unité foncière, se regroupent sur un seul support.

Enfin, la collectivité autorise également les enseignes sur clôture aveugle en ZE2 (zone d'habitat et d'équipements). Cependant, elles sont limitées à une seule par voie bordant l'activité, ne doivent pas excéder 0,40 m de hauteur et être réalisées en lettres découpées ou peintes. La collectivité a donc souhaité maintenir des possibilités de signalisation notamment pour les petites activités et/ou les autoentrepreneurs de manière modérée sans altérer l'environnement privilégié de ce secteur.

En ZE3 (zones d'activités), la collectivité autorise les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré dans la limite de 4 mètres carrés et 3 mètres de hauteur.

Quant aux enseignes sur clôture, elles sont autorisées sur clôture aveugle et non-aveugle, dans la limite d'une seule par voie bordant l'activité et 2 mètres carrés maximum. Pour éviter de saturer l'information, la collectivité a également mis en place une règle de non-cumul entre les enseignes sur clôture et les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol. Ainsi, l'installation de deux enseignes de ce type pour signaler une même activité n'est pas autorisée. L'objectif de cette réglementation est de permettre une préservation du cadre de vie tout en respectant les besoins de signalisation et de visibilité des acteurs économiques locaux.

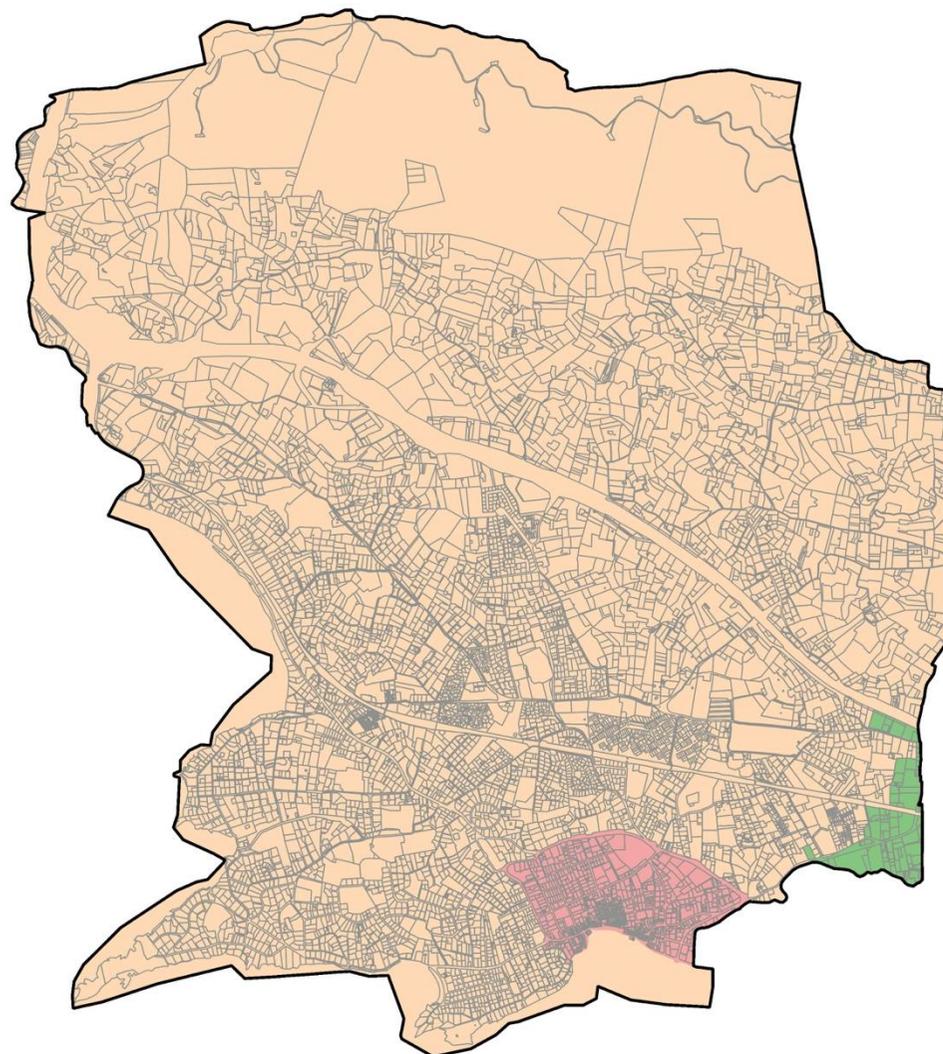
Pour harmoniser la réglementation et préserver le paysage nocturne, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne sur l'ensemble du territoire. La plage d'extinction nocturne est calquée sur celle qui est applicable à la publicité :

- les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures.

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

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

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux enseignes de Sanary-sur-Mer

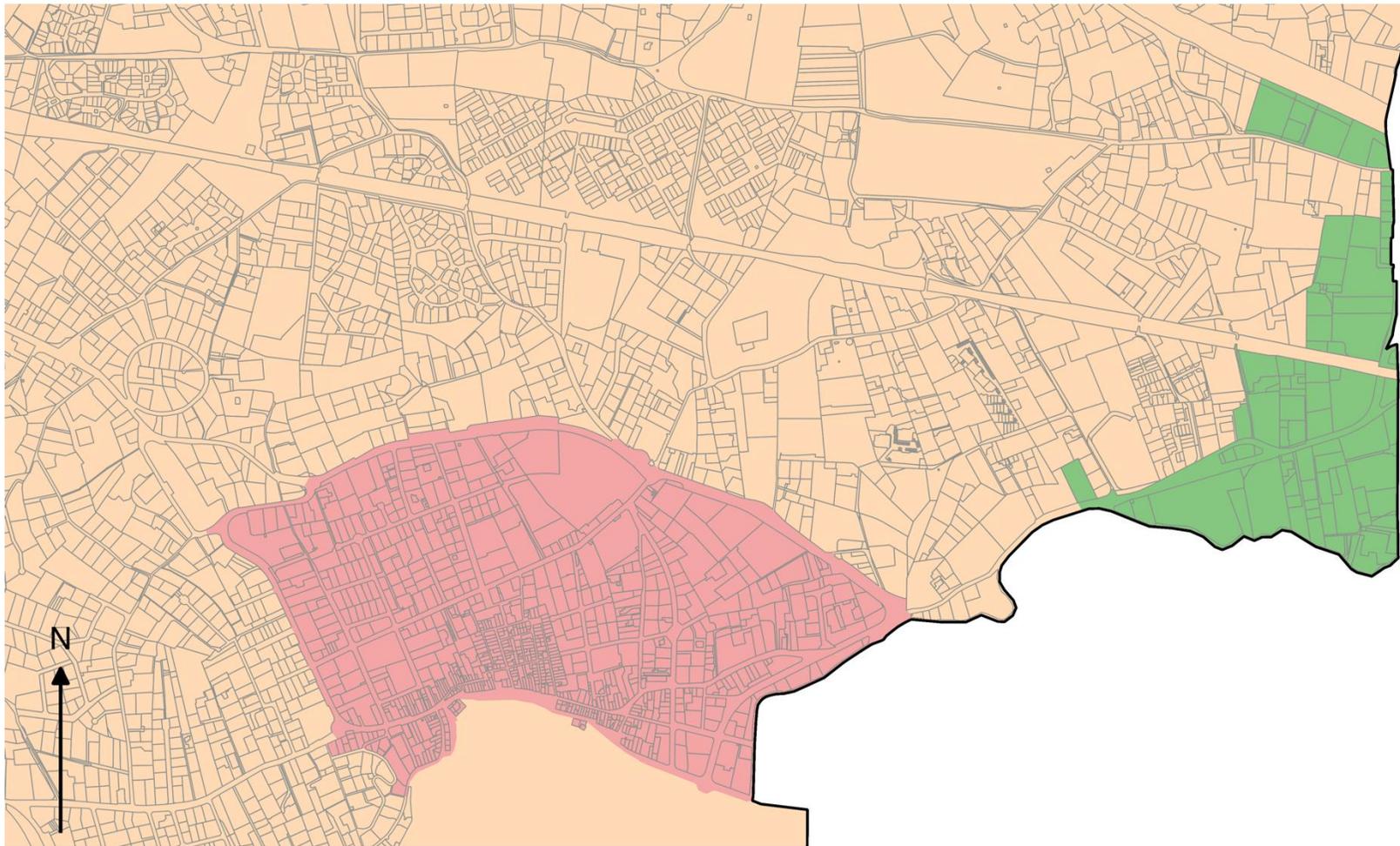


Légende

- Zone d'enseigne n°1 (Centre-ville)
- Zone d'enseigne n°2 (Zone agglomérée à vocation d'habitat et d'équipements, non couverte par la ZE1 et ZE3 et espaces hors agglomération)
- Zone d'enseigne n°3 (Zones d'activités)

0 750 1500 m

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux enseignes de Sanary-sur-Mer



Légende

- Zone d'enseigne n°1 (Centre-ville)
- Zone d'enseigne n°2 (Zone agglomérée à vocation d'habitat et d'équipements, non couverte par la ZE1 et ZE3 et espaces hors agglomération)
- Zone d'enseigne n°3 (Zones d'activités)

