



DÉPARTEMENT DU VAR
REGLEMENT **L**OCAL DE **P**UBLICITE
Commune de **Le Luc en Provence**

1. Rapport de présentation

ELABORATION PRESCRITE PAR DCM DU 14/11/2013

PROJET DU RLP ARRÊTÉ PAR DCM DU 22/02/2016

RLP APPROUVÉ PAR DCM DU .../.../...

SOMMAIRE

PARTIE 1 - DIAGNOSTIC

| | |
|---|-----------|
| <i>Préambule</i> | 7 |
| 1. Contexte communal : état des lieux | 9 |
| 1.1. Contexte paysager..... | 9 |
| 1.2. Contexte démographique : un dynamisme soutenu..... | 11 |
| 1.3. Contexte économique de la commune | 11 |
| 1.4. Contexte viaire | 17 |
| 2. Le cadre règlementaire de la commune du Luc en Provence | 18 |
| 2.1. Les périmètres environnementaux et urbains spécifiques | 18 |
| 2.2. les principales règles s’appliquant sur l’ensemble du territoire communal | 21 |
| 3. Diagnostic publicitaire du territoire | 24 |
| 3.1. Méthodologie mise en œuvre pour le recensement des publicités, enseignes et pré- enseignes sur la commune du Luc en Provence..... | 24 |
| 3.2. Synthèse cartographique et statistique de l’état des lieux des différents dispositifs publicitaires sur la commune du Luc en Provence..... | 25 |
| 3.2.1. Bilan des infractions recensées en octobre 2013, au regard de la réglementation nationale applicable par décret du 12 janvier 2012..... | 31 |
| 3.2.2. La notion de densité..... | 37 |
| 3.3. Enjeux – Bilan | 37 |

PARTIE 2 - ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

| | |
|-------------------------------|----|
| <i>Préambule</i> | 49 |
| <i>Orientation n°1</i> :..... | 51 |
| <i>Orientation n°2</i> :..... | 53 |
| <i>Orientation n°3</i> :..... | 55 |
| <i>Orientation n°4</i> :..... | 56 |

PARTIE 3 - JUSTIFICATION DES CHOIX

| | |
|--|----|
| <i>La délimitation des zones du règlement local de publicité</i> | 59 |
| <i>Choix retenus pour la partie règlementaire</i> | 62 |

PARTIE 1 – DIAGNOSTIC

PREAMBULE

CONTEXTE LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet **l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales**.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « *Protection du cadre de vie* » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment de décret n°2012-118 du **le 30 janvier 2012**, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme majoritairement entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2012. Les nouvelles règles relatives aux préenseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015. Cette réforme vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires (dont enseignes) muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui vient adapter la réglementation nationale applicable à la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs d'affichage en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue à la réglementation nationale. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, la réglementation nationale continue à s'appliquer.

LES DIFFERENTES ZONES

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement et le code de l'urbanisme**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, agglomération ; au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

LES PRINCIPALES DEFINITIONS

Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



Exemple d'enseignes présentes sur le territoire du Luc

Pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.



Exemple de pré-enseignes présentes sur le territoire du Luc

Pré-enseigne dérogatoires :

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite.

Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



Exemple de publicités présentes sur le territoire du Luc

Dispositifs temporaires : les enseignes ou préenseignes :

- signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- Installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

1. CONTEXTE COMMUNAL : ETAT DES LIEUX

(Données Rapport de présentation du PLU)

Située au cœur du Centre Var, à cheval sur la plaine des Maures et les premiers reliefs calcaires, le territoire de la commune du Luc en Provence s'étend sur plus de 4 400 hectares.

La commune est limitrophe au Nord-Ouest de Cabasse, au Nord-Est du Thoronet, à l'Est du Cannet des Maures, au Sud-Ouest de Gonfaron, au Sud-Est des Mayons, et à l'Ouest de Flassans sur Issole.

Elle fait partie de la **Communauté de Communes « Cœur du Var – Plaine des Maures »**.

Situé entre Nice et Marseille, le Luc en Provence occupe une position centrale dans le département, au carrefour d'axes routiers importants qui placent la commune à :

- 55 kilomètres de Toulon.
- 26 kilomètres de Brignoles.
- 30 kilomètres de Draguignan.



Figure 1: situation locale de la commune - Source : rapport de présentation du PLU

1.1. CONTEXTE PAYSAGER

Trois entités paysagères distinctes sont présentes sur la commune d'après l'atlas des paysages du Var.

La plaine des Maures

Ce secteur est marqué par la présence d'activités humaines mais présente un aspect naturel très important. A l'exception du circuit automobile, de quelques mas, du hameau de Répenti et de la base de loisirs, elle est globalement vierge de toute urbanisation.

Le Val d'Issole

Constitué principalement de grands massifs boisés et de leurs affleurements, le Val d'Issole couvre l'ensemble des collines calcaires sur l'Ouest et le Nord de la commune. Ce grand massif présente plusieurs types de points d'urbanisation diffuse plus ou moins importants liés à diverses activités :

- des activités agricoles sur le plateau à l'Ouest de la commune,
- le développement de zones d'activités artisanales le long de la RDN7,
- de l'habitat pavillonnaire sur les coteaux vers le quartier Saint Joseph.

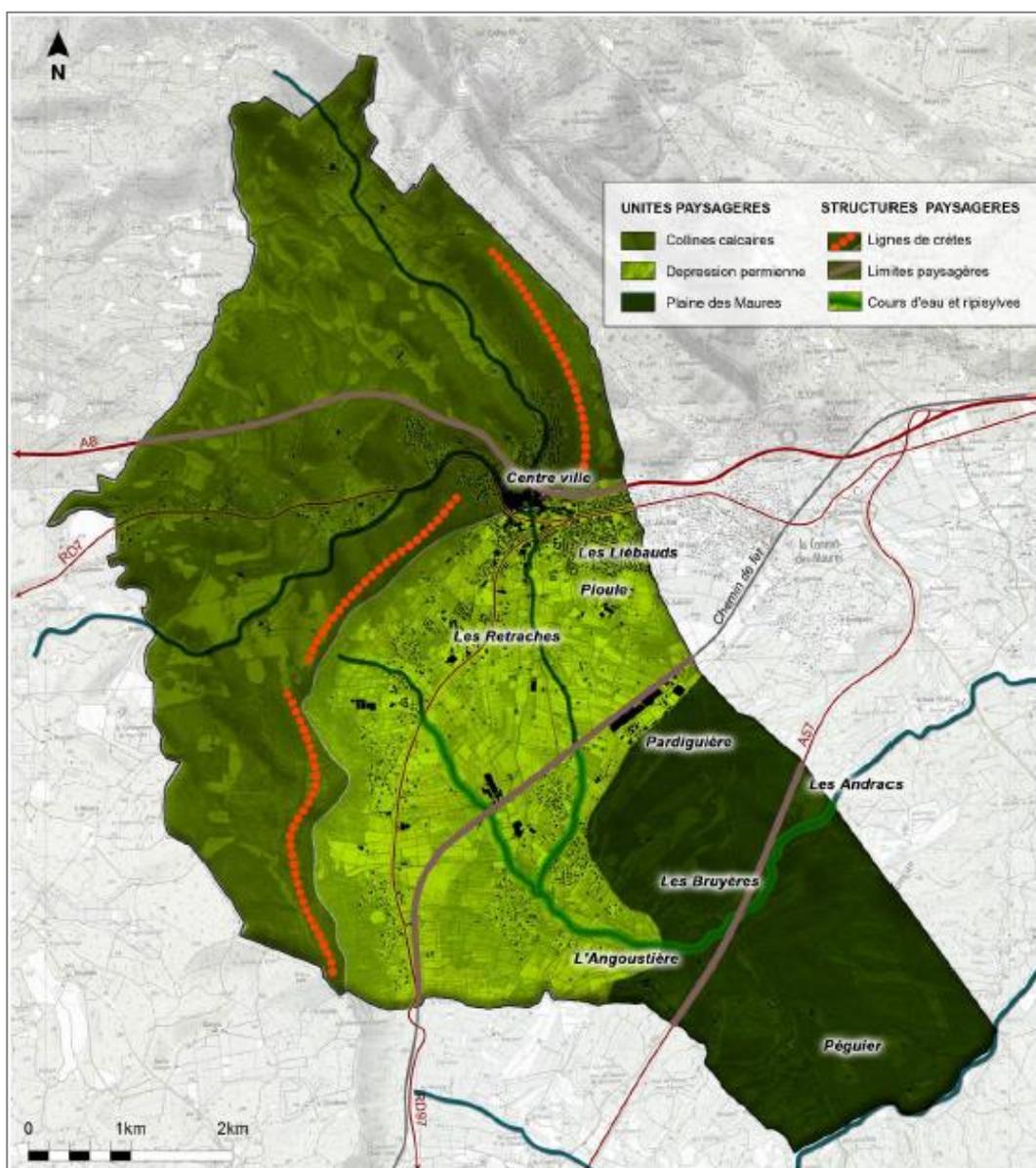
La partie Nord de la commune présente un caractère plus agricole traditionnel avec les espaces viticoles et oléicoles du vallon de Soliès. Ce secteur est également marqué par la présence de deux axes routiers majeurs que sont l'A8 et la RDN7, qui coupent littéralement d'Ouest en Est le plateau calcaire.

La dépression Permienne

Cette entité recouvre l'ensemble du territoire situé entre les coteaux calcaires au Nord et à l'Ouest et la plaine des Maures au Sud. Elle est le siège de l'urbanisation et de l'activité humaine, aussi bien agricole, qu'industrielle et tertiaire. C'est la partie centrale du Luc qui est marquée à la fois par le centre ancien, les zones d'habitat périphériques de première ou de deuxième couronne.

Au Sud du cœur de ville, différentes zones peuvent être différenciées :

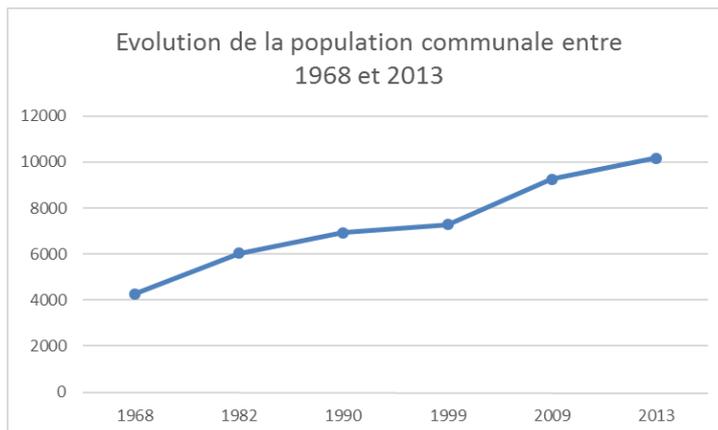
- Tout d'abord une plaine agricole accueillant principalement des vignobles jusqu'à la voie ferrée qui sépare la plaine en deux ;
- Puis une zone présentant principalement du développement urbain où les nouveaux quartiers et les zones d'activité sont fortement représentés ;
- Enfin, tout au Sud de ce secteur, le développement d'un habitat pavillonnaire, du quartier de Payette et du Mas Monserat, notamment, marque l'interface avec la plaine des Maures.



Les enjeux spécifiques de préservation de l'identité paysagère du territoire liés à la présence de dispositifs publicitaires sont détaillés dans la partie 2 du rapport de présentation.

1.2. CONTEXTE DEMOGRAPHIQUE : UN DYNAMISME SOUTENU

La commune du Luc a plus que doublé depuis 1968 (+ 5900 habitants entre 1968 et 2013), et a connu une forte augmentation depuis 1999, avec 2898 habitants en plus, soit **près de 220 habitants par an**. En effet, la population est passée de 7285 à **10183 habitants en 2013**, soit un rythme d'accroissement de +30%, attestant d'une très forte attractivité communale.



L'accroissement du poids démographique résulte pour l'essentiel de l'installation de nouveaux ménages sur le territoire communal. En effet, le solde migratoire est resté positif depuis plus de 40 ans, malgré un net fléchissement entre 1990 et 1999 et une forte reprise depuis les quinze dernières années.

Bien que la population communale ait dépassée les 10 000 habitants, l'agglomération principale du Luc en Provence reste sous le seuil des 10 000 habitants.

Le périmètre géographique d'agglomération compte aujourd'hui moins de 9500 habitants.

1.3. CONTEXTE ECONOMIQUE DE LA COMMUNE

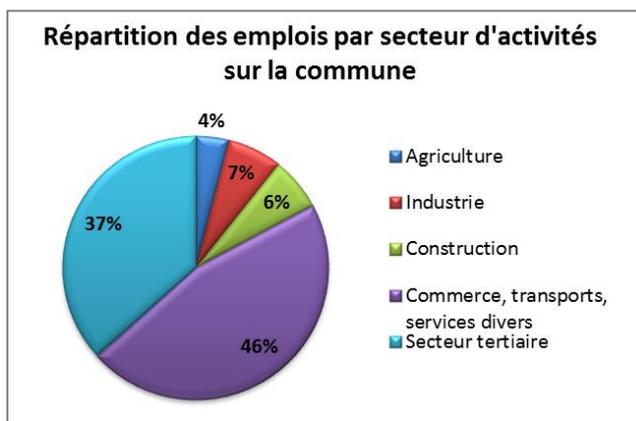
DONNEES GENERALES

(Données INSEE)

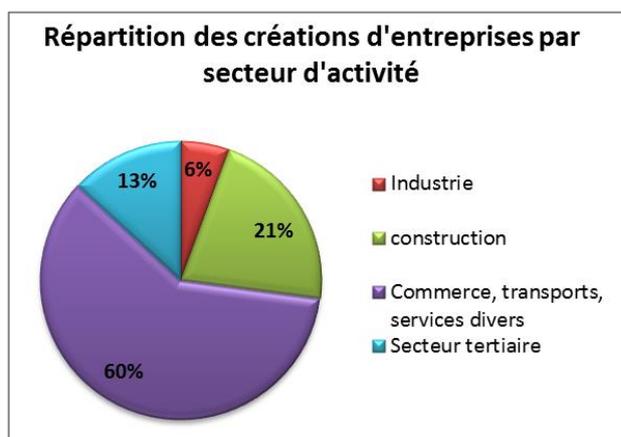
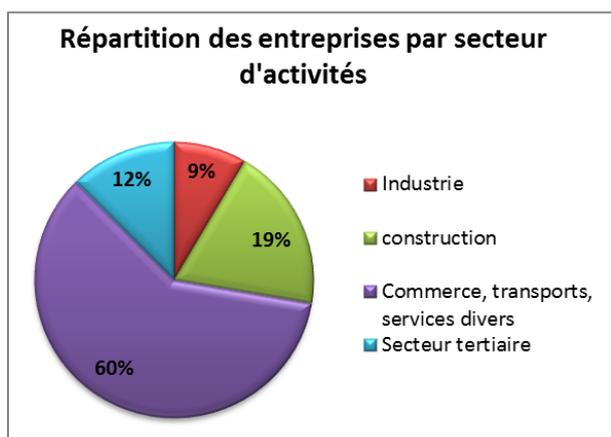
Avec le dernier recensement de l'INSEE (2012), la population active du Luc s'élève à plus de 4000 actifs, dont 3 300 actifs ayant un emploi et 680 sont chômeurs. **Le Luc demeure un bassin d'emploi relativement dynamique à l'échelle départementale.** Entre 1999 et 2009, la part des actifs ayant un emploi a augmenté, passant de 48,6 à 56,2 %. Le chômage a quant à lui diminué, passant de 22,1% à 11,4%.

De plus, bien que le nombre d'actifs du Luc travaillant sur la commune ait baissé entre 1999 et 2012, le nombre d'emplois sur la zone est important au regard de la population active : l'indicateur de concentration d'emploi est de 105,7 en 2009, **soit 105,7 emplois pour 100 actifs.**

Parmi les cinq secteurs d'activités, le commerce et les transports sont les activités regroupant l'essentiel des emplois de la commune, devant le secteur tertiaire.



La même hiérarchie se connaît en matière de nombre d'entreprises par activité : **les commerces, transports et services divers (dont réparation automobiles) concernent environ 60% des entreprises de commune** et des créations d'entreprises en 2012. Bien que la **construction** ne concerne que 6% des actifs, elle représente près de **20% des entreprises**, et est l'un des secteurs d'activités ayant connu le plus grand nombre de création en 2012.



En ce qui concerne le secteur commercial, une étude réalisée par la Chambre de commerce et la Chambre des métiers pour le SIVOM du Centre-Var, indique que **la commune joue un rôle important dans le dispositif commercial du Centre Var** : 23% des achats des ménages habitant dans le périmètre du SIVOM sont réalisés au Luc. La zone de chalandise comprend plus particulièrement les communes des Mayons, Gonfaron, Le Cannet et le Thoronet pour lesquelles plus du tiers des dépenses des ménages sont réalisées au Luc.

LES ENTREPRISES ET ETABLISSEMENTS PRESENTS SUR LA COMMUNE

(Données Rapport de présentation du PLU)

En 2010, près de 784 établissements étaient implantés sur la commune, dont la moitié environ dépendait de la branche de l'artisanat. **Les principales entreprises de la commune sont :**

- LECASUD, centrale d'achat des groupes Leclerc (370 emplois environ et 80 chauffeurs en sous-traitance)
- L'Hôpital départemental, établissement public de 220 lits qui emploie 315 personnes
- La société Sodilot, 65 emplois
- La société SERAHU, spécialisée dans le traitement et le recyclage de matériaux polluants qui emploie une dizaine de personnes

- ARMAFOR, société de fabrication et négoce d'armatures métalliques pour le bâtiment, située dans la ZA des Lauves, qui emploie 46 personnes et son sous-traitant, la société PAB (25 emplois)
- Les transports Joyau, 22 emplois et Les transports Belmonte, 20 emplois
- La société AMB Provence, qui a une activité de laverie industrielle et qui emploie 30 personnes
- Le Centre Leclerc (hypermarché), implanté dans la ZA des Retraches
- La société GPC, spécialisée dans la vente par correspondance

Les commerces et services sont répartis en plusieurs points sur la commune, selon des tailles et des spécificités variables. Ces polarités économiques sont les suivantes :

- **Le centre villageois**, avec la présence d'un **tissu de proximité relativement bien diversifié**. Ce pôle de proximité est constitué de commerces de quartier qui font l'attractivité et l'identité du centre ;
- **Le long de la RDN7**, en entrée de ville Est, où les activités sont implantées au niveau du petit centre commercial des Liébauds, ainsi que de manière plus diffuse en direction de Brignoles ;
- **Le long de la RDN 97**, en entrée de ville Sud, avec notamment le développement de la zone commerciale des Basses Retraches qui est en plein essor (Hypermarché Leclerc, etc).

Les principales zones d'activités sur la commune sont les suivantes :

- **La zone des Retraches**, située au sud du village, au niveau de la RDN 97
- **La zone industrielle Lauves/Pardiguières** située au Sud de la commune, en aval de la voie ferrée. La centrale d'achat LECASUD (centres Leclerc) occupe une grande partie de la zone.

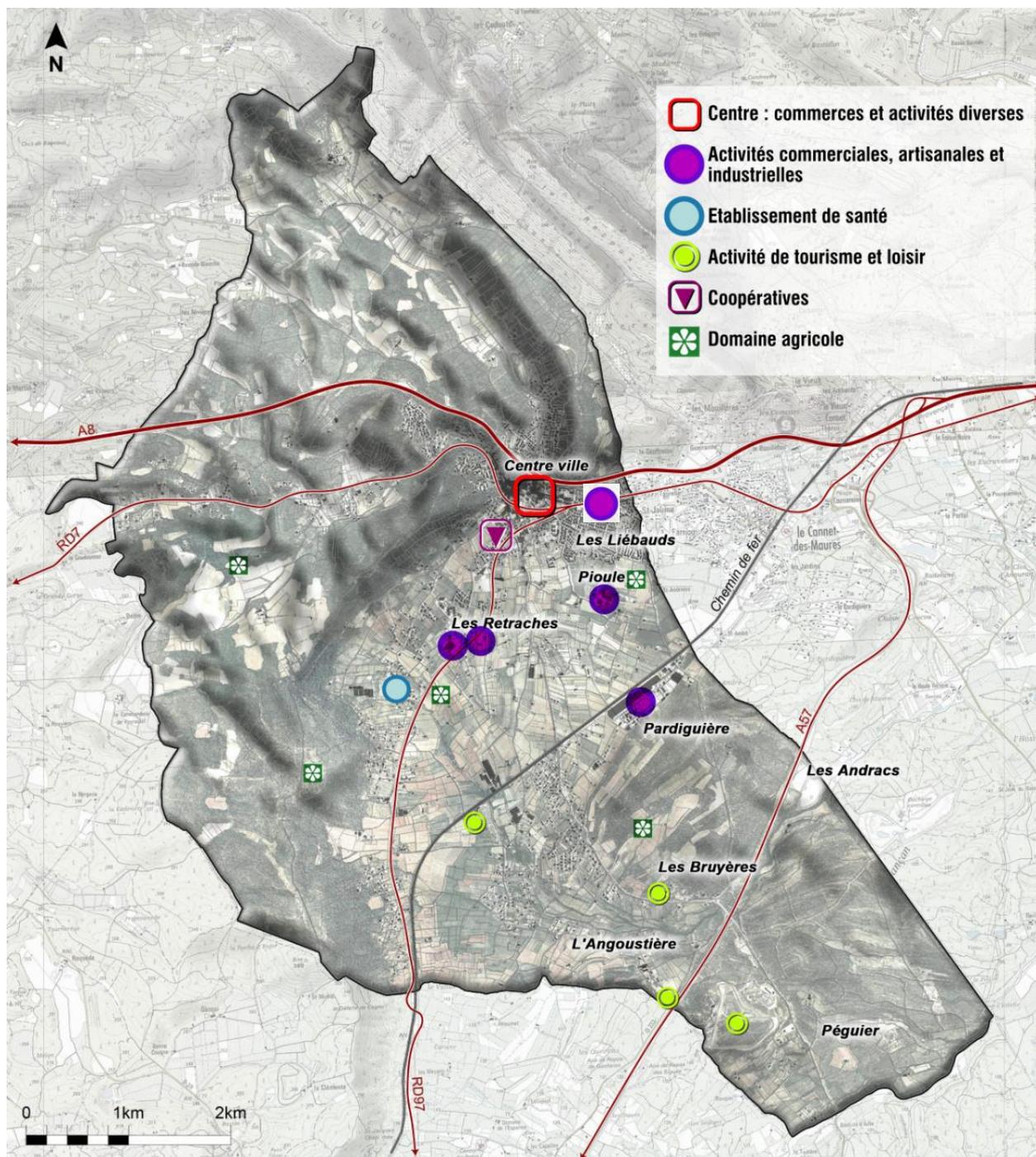
Les zones des Lauves/Pardiguière et des Retraches ont donc été presque entièrement commercialisées. Il n'y a pour le moment plus d'espace disponible aménagé permettant l'accueil ou le développement de nouvelles entreprises.

En ce qui concerne les **équipements sanitaires, de santé et sociaux**, la commune est pourvue des établissements suivants :

- L'Hôpital départemental du Luc
- Une unité de soins longue durée
- Un foyer du troisième âge, localisé Place Pasteur.

Elle dispose également des principaux services de santé (médecins généralistes, trois pharmacies, dentistes, un laboratoire d'analyse médicale et un cabinet de radiologie...).

Ces dispositifs bénéficiaient jusqu'au 13 juillet 2015 du régime juridique particulier des « pré-enseignes dérogatoires », ce qui n'est plus le cas depuis.



Extrait du rapport de présentation du PLU – principaux secteurs d'activités

Enfin, la Commune du Luc dispose de nombreuses **installations sportives** aussi bien en plein air que couvertes avec un Gymnase, 2 stades, une piscine en plein air, 4 courts de tennis, un terrain de skate, une salle de danse, un Dojo et un boulodrome. La base de loisirs, implantée au Sud de la commune est gérée par un syndicat mixte regroupant les communes du Luc, des Mayons et le Conseil général. Une piste de karting pour adultes et deux centres équestres sont implantés le long de la route des Mayons.

Une partie de ces équipements est aujourd'hui située hors agglomération. Depuis le 13 juillet 2015, ils ne bénéficient plus du régime juridique particulier des « pré-enseignes dérogatoires ». Seule la signalétique d'information locale va permettre de les identifier.

☑ TOURISME, AGRICULTURE ET ACTIVITES EQUESTRES

(Données Rapport de présentation du PLU)

En ce qui concerne le **tourisme**, ce secteur d'activité bénéficie d'un **fort potentiel sur la commune**. En effet, comme l'illustrent les contacts recensés par l'office de tourisme, l'attrait pour la commune est en pleine progression. Le milieu naturel et les domaines viticoles ainsi que les manifestations organisées à la base de loisirs sont les principaux facteurs de fréquentation touristique. La commune présente un potentiel important en matière de tourisme rural et activités de nature qui attirent de plus en plus de visiteurs.

| Office de tourisme | 1998 | 2001 | 2005 |
|---|------|------|------|
| Nombre de contacts (passage à l'office ou appel téléphonique) | 1806 | 3827 | 6000 |

Source : Office de tourisme du Luc

Le secteur viticole demeure un secteur d'activité essentiel sur la commune. Pour partie de son territoire, la commune se trouve incluse à l'intérieur de l'aire d'appellation et d'origine contrôlée "AOC Côtes de Provence" reconnue d'intérêt général par décret ministériel du 24 novembre 1977. Le Luc produit également une autre appellation particulière : "Vins de pays du Var".

La cave coopérative, « Les vigneron du Luc », regroupe près de 150 coopérateurs. Elle constitue un atout incontestable pour la pérennisation de la tradition viticole locale.

Les Grands domaines lucois

| Nom du Domaine | Localisation |
|----------------|--|
| Amaurigue | Route de Cabasse |
| La Bernade | Ouest de la Commune |
| Brigue | Payette, St Jean, Le Mournai, La Mourignette |
| Pouverel | Est RN 97 |
| Pardiguière | Sud-Est ZI les Lauves |
| La Lauzade | en bordure RN 97 |
| Le Paradis | Nord Pioule |
| Mascaronne | Route de Brignoles RN 7 |

Source : Cabinet Luyton

La commune bénéficie également d'une **activité oléicole** résiduelle. La coopérative oléicole, située à la sortie du village, route des Mayons, traite 70 tonnes d'olives par an. Parmi le producteur le plus important, le domaine de la Pardiguière exploite plus de 3 000 oliviers sur 17 hectares.

Le développement de l'œnotourisme est un élément important dans la volonté d'améliorer la visibilité de la cave coopérative et des principaux domaines viticoles lucois, mais également pour la valorisation de l'activité oléicole. Dans ce cadre, de nombreux établissements vont s'engager dans une nouvelle démarche de « Route des vins », sur l'ensemble du territoire du Coeur du Var. Trois structures lucoises sont concernées par cette action de valorisation du patrimoine viticole local.

Ces activités en lien avec la production et la fabrication de produits du terroir bénéficient toujours du régime dérogatoire juridique particulier des « pré-enseignes dérogatoires ». Peuvent donc être implantés, sous conditions, des dispositifs autres que signalétique d'information locale (SIL).

Enfin, les activités équestres constituent elles-aussi une activité à confirmer et à pérenniser au PLU. La commune bénéficie en effet de la présence de six centres équestres. Des actions de renforcement et de confortement des équipements existants, ou la création de nouvelles structures, sont envisagées. Le Conseil Général du Var a affiché le souhait de favoriser le développement de ces centres.

Au contraire des activités agricoles, ces activités situées hors agglomération, ne bénéficient plus du régime juridique particulier des « pré-enseignes dérogatoires » depuis le 13 juillet 2015. Seule la signalétique d'information locale va permettre de les identifier.

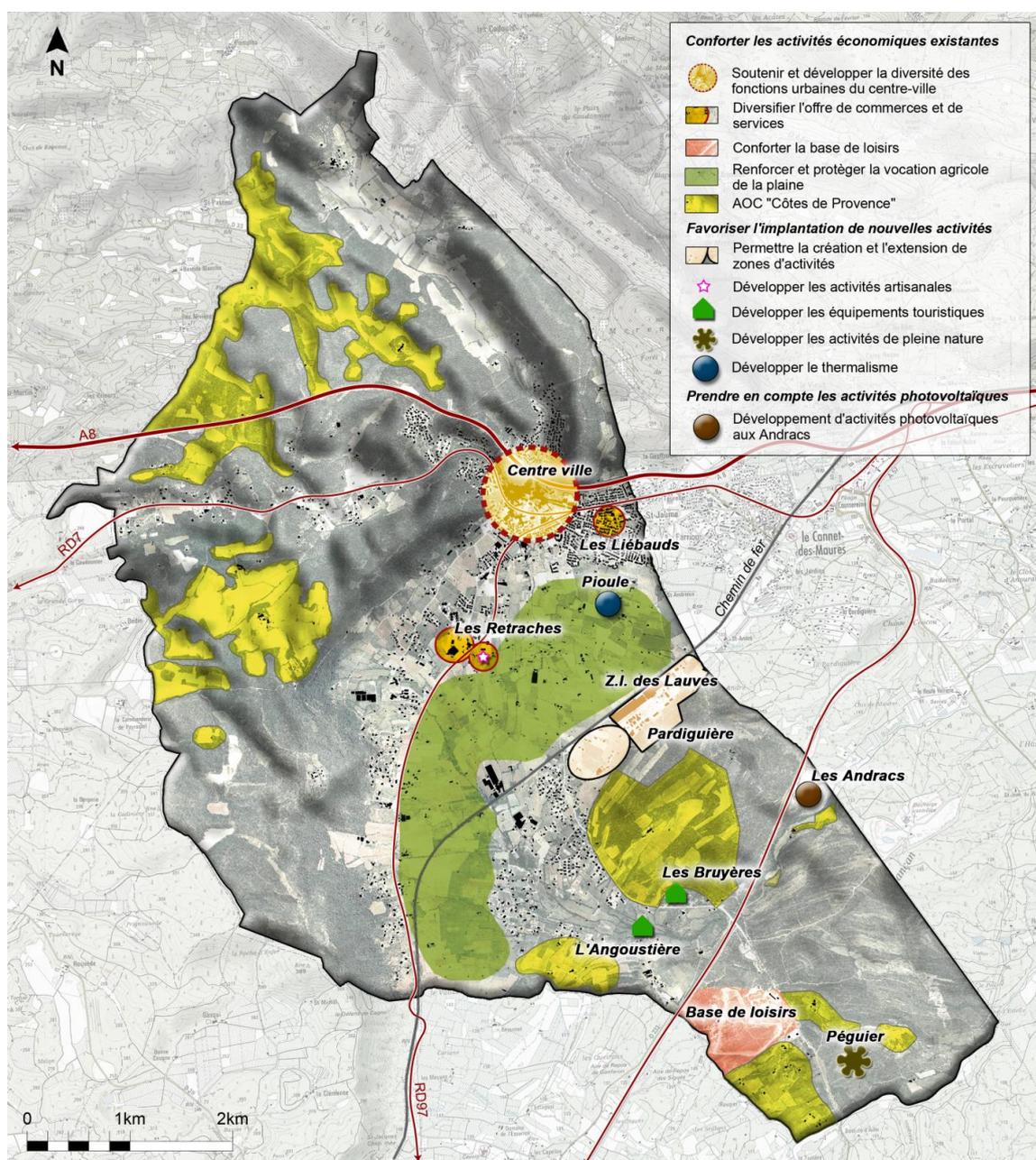
☑ **ORIENTATIONS DU PLU SUR LE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUES, TOURISTIQUES ET DE LOISIRS**

Le PLU approuvé en 2013 définit plusieurs orientations pour le devenir de la commune à horizon 2020 :

« Développer et diversifier les services à la population », par notamment :

- le renforcement de la fonction de centralité du centre du Luc. Le PLU prévoit la création d'équipements culturels (théâtre de verdure, salle d'exposition, espace culturel, musées, cyber espace, etc...).
- l'amélioration et la création des structures sportives (quartiers sud-ouest, quartiers sud-est et centre-ville)
- le maintien du pôle médical du quartier de Précoumin et la création de nouveaux équipements.

« Conforter les activités existantes et développer l'offre économique », par notamment (voir carte ci-dessous) :



1.4. CONTEXTE VIAIRE

(Données Rapport de présentation du PLU)

La commune est localisée au carrefour d'axes de communication de première importance, avec :

L'autoroute **A8 (Aix-Vintimille)**

Cette voie passe au Nord du centre-ville, avec un viaduc en surplomb, d'une hauteur d'environ 35 mètres.

L'autoroute **A57 (Toulon-Nice)**

Cette voie permet d'assurer le délestage de la RDN 97. Sur l'A57, au Sud de la commune, le projet « d'échangeur du Luc » a été approuvé par décision ministérielle du 20 mai 1997. Actuellement les acquisitions foncières sont faites, mais les travaux sont différés. A priori, cet échangeur ne sera pas créé avant quelques années.

La RDN7 et sa déviation

Cette RDN7 traverse la commune d'Est en Ouest. La déviation

contournant le centre-ville par le Sud a considérablement contribué à son désengorgement. Les comptages de la DDE indiquent un trafic moyen de plus de 7 000 véhicules/jour sur la section Brignoles-Le Luc et de plus de 12 500 sur la section Le Luc-Le Cannet.

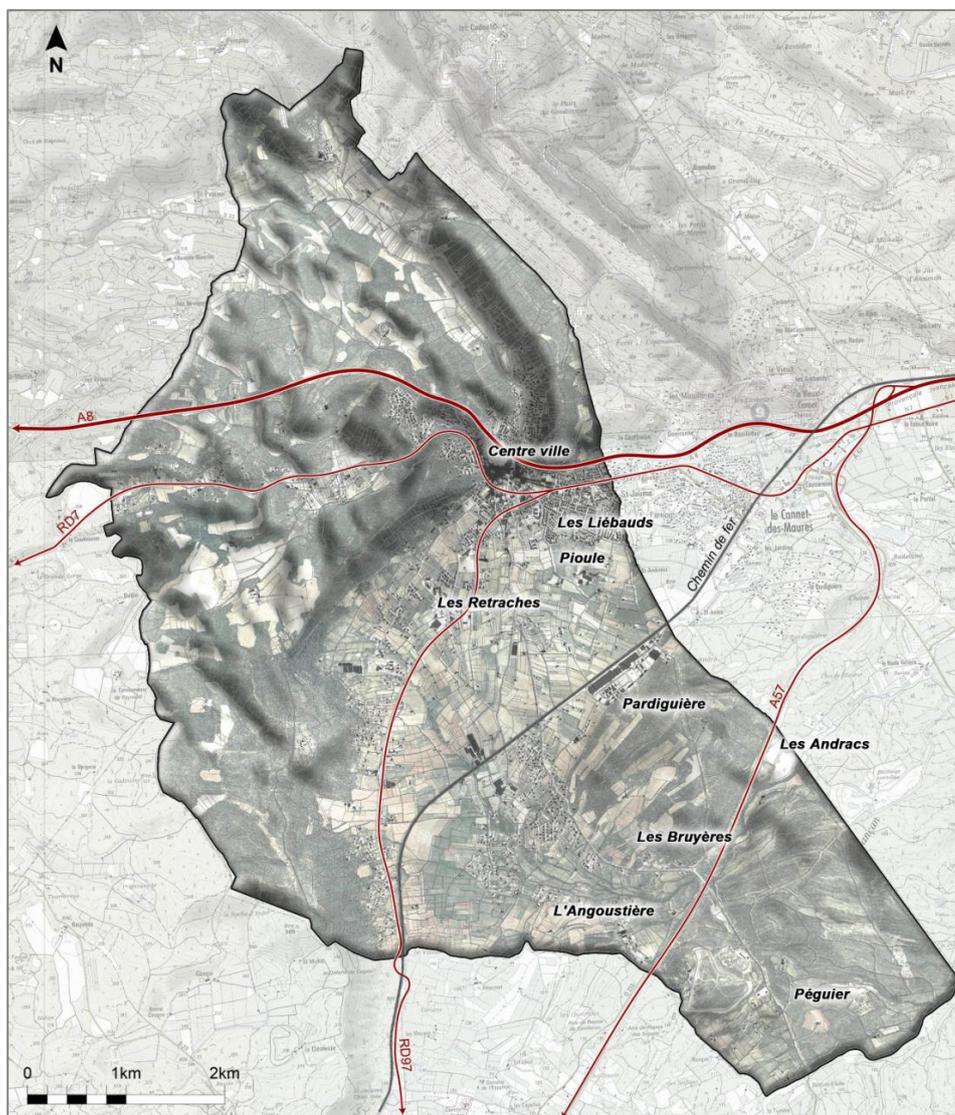
La RN7 constitue une route à Grande Circulation en vertu du décret n°2010-578 du 31 mai 2010 modifiant le décret n°2009-615 du 3 juin 2009 fixant la liste des Routes à Grande circulation.

La RDN97

La RDN97, relie Le Luc à l'agglomération toulonnaise et constitue l'entrée Sud de la commune. Elle est empruntée, en moyenne, par plus de 7000 véhicules/jour.

La RD33 – Route de Cabasse

La RD33, au nord de la commune, assure la liaison inter-communale entre Cabasse et les Mayons. Elle joue un rôle important dans la desserte de la commune avec des flux de plus de 3500 véhicules/jour vers entre le village et la zone d'activité des Lauves (400 semi-remorques/jour).



2. LE CADRE REGLEMENTAIRE DE LA COMMUNE DU LUC EN PROVENCE

Au regard de la nouvelle réglementation nationale, la commune est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la **notion d'agglomération/hors agglomération** ;
- Aux dispositions relatives aux **périmètres environnementaux et urbains spécifiques**
- Aux dispositions s'appliquant à l'ensemble du territoire communal et relatives aux « **agglomération de moins de 10 000 habitants** ».

La commune du Luc en Provence comptait en 2013 (recensement INSEE) 10183 habitants.

Au regard de la répartition de la population sur le territoire communal, la population de « l'agglomération » telle que réglementairement définie, reste quant à elle bien inférieure aux 10 000 habitants.

De ce fait, la commune est actuellement soumise aux règles nationales s'appliquant dans les « agglomérations de moins de 10 000 habitants » et « ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou de plus de 800 000 habitants »

2.1. LES PERIMETRES ENVIRONNEMENTAUX ET URBAINS SPECIFIQUES

La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

Le périmètre « d'agglomération »

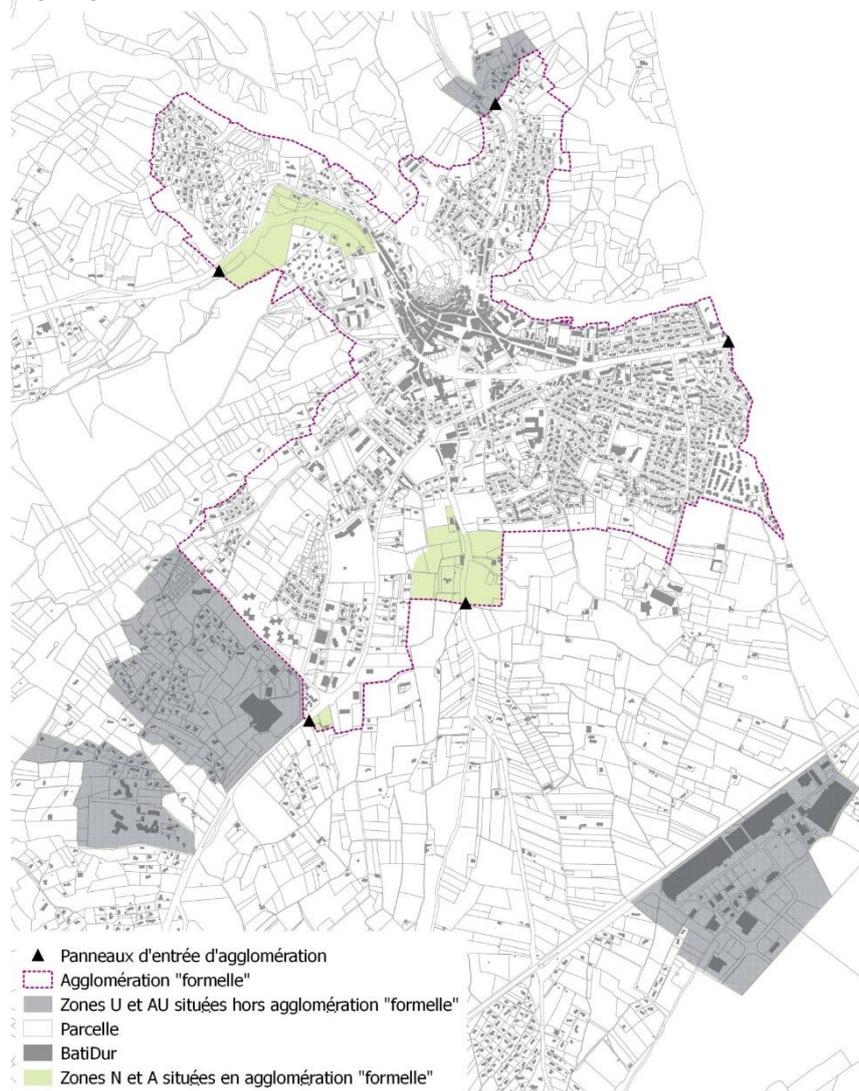
La notion d'agglomération, au sens de l'article R. 110-2 du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse ou le borde ».

En dehors de « l'agglomération », toute publicité et pré-enseignes autres que dérogatoires sont interdites.

L'arrêté municipal annexé au présent RLP précise les limites juridiques du périmètre d'agglomération.

Afin d'identifier les enjeux du RLP, dont fait partie la prise d'un arrêté municipal définissant ces limites d'agglomération, un travail a été réalisé pour identifier la conformité actuelle des dispositifs au regard de la réglementation nationale. Il a donc été pris en compte, pour identifier les enjeux, le périmètre formel d'agglomération tel qu'existant avant prise du nouvel arrêté municipal pour arrêt du RLP.

Périmètre formel d'agglomération avant nouvel arrêté municipal pris pour arrêt du RLP.



Les périmètres environnementaux réglementaires

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national. Conformément à l'article L 581-4 du Code de l'Environnement, **toute publicité est notamment interdite** :

- Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les parcs nationaux et réserves naturelles ;
- Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;
- À moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou visés au II de l'article L 581-4 ;
- Dans les secteurs sauvegardés, les zones de protection du patrimoine architectural urbain et paysager et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

- Dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et dans les zones de protection spéciales (ZPS) mentionnées à l'article L 414-1 (sites Natura 2000) ;
- Dans les zones classées naturelles N au Plan local d'urbanisme en vigueur ;
- Dans les Espaces Boisés Classés (EBC) du Plan local d'urbanisme en vigueur.



Les 2 publicités murales sont en covisibilité avec l'église classée. La première (en bas) est dans le même champ de vision : un observateur peut voir en même temps la publicité et l'église. La seconde (en haut) est visible de l'église et réciproquement.

La commune du Luc est concernée par certains de ces périmètres :

| Secteurs bénéficiant de prescriptions spécifiques dans le RNP | Nom des sites concernés sur la commune |
|---|--|
| Monuments historiques (classés et inscrits) | <ul style="list-style-type: none"> · Dolmen des Muraires (inscrit) · Eglise Notre Dame du Mont Carmel (i) · Ancienne église Notre Dame de Nazareth (i) · Tour hexagonale (i) |
| Réserves naturelles | <ul style="list-style-type: none"> · Réserve naturelle nationale de la plaine des Maures |
| Sites Natura 2000 | <ul style="list-style-type: none"> · ZSC « La plaine et le massif des Maures » (FR9301622) · ZPS « La plaine des Maures » (FR9310110) |
| EBC | oui |
| Zones N en agglomération | oui |



Toute publicité est interdite **sur** les immeubles classés ou inscrit parmi les monuments historiques, ainsi qu'à moins de 100 mètres et dans leur champ de visibilité.

Toute publicité est interdite dans les sites classés au titre de la Loi 1930, au sein des sites Natura 2000 et des réserves naturelles, dans les zones classées naturelles N au Plan Local d'Urbanisme (PLU) et dans les EBC.

2.2. LES PRINCIPALES REGLES S'APPLIQUANT SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE COMMUNAL

La réglementation nationale définit donc des règles spécifiques aux « agglomérations » de moins de 10 000 habitants.

Principales règles nationales applicables aux publicités et aux préenseignes :

- ▶ les préenseignes sont soumises aux mêmes règles que la publicité (L. 581-19 C.env.) ;
- ▶ les publicités sont interdites (R. 581-22 C.env.) :
 - 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 ;
 - 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 ;
 - Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
 - Sur les murs de cimetière et de jardin public.
- ▶ les publicités et les préenseignes scellées au sol sont en toutes hypothèses interdites car la commune du Luc-en-Provence n'est pas une agglomération de plus de 10 000 habitants (art. R. 581-31 C.env.) ;

- ▶ les publicités et les préenseignes lumineuses sont en toutes hypothèses interdites car la commune du Luc-en-Provence n'est pas une agglomération de plus de 10 000 habitants et préciser que cette interdiction ne concerne pas les publicités lumineuses ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence lesquelles sont soumises aux règles applicables à la publicité non lumineuse (art. R. 581-34 C.env.) ;
- ▶ Les bâches de chantier et les bâches publicitaires ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants (art. R. 581-53 C.env.) de même que les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles (R. 581-56 C.env.) ;
- ▶ la publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (art. R. 581-27 C.env.)
- ▶ la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m² (8 m² lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation définies dans les conditions prévues à l'article L. 110-3 du code de la route : ce qui est le cas de la route de Brignoles), ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (art. R. 581-26 § II C.env.) ;
- ▶ la publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol (art. R. 581-27 C.env.);
- ▶ la publicité non lumineuse ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (art. R. 581-27 C.env.) ;
- ▶ la publicité non lumineuse doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur et qu'elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,25 m (art. R. 581-28 C.env.).
- ▶ Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ne peuvent recouvrir que partiellement la baie et doivent présenter une surface unitaire inférieure à 1 m², leurs surfaces cumulées ne pouvant recouvrir plus du 1/10^{ème} de la surface de la devanture dans la limite de 2 m² maximum (art. 581-57 C.env.) ;
- ▶ L'utilisation de véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes est encadrée (art. R. 581-48 C.env.) ;
- ▶ Le mobilier urbain peut, à titre accessoire et sous certaines conditions, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence (art. R. 581-42 à R. 581-47 C.env.) ;
- ▶ Les préenseignes dérogatoires peuvent être admises sous conditions hors agglomération pour signaler des catégories d'activités limitées (activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, activités culturelles et monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite) et si leurs dimensions n'excède pas 1 m en hauteur et 1,50 m en largeur (R. 581-66 et R. 581-67 C.env.) ;
- ▶ Les préenseignes temporaires peuvent être admises hors agglomération et à l'intérieure de l'agglomération si leurs dimensions n'excèdent pas 1 m en hauteur et 1,50 m en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation (R. 581-68 à R. 581-71)

Principales règles applicables aux enseignes :

- ▶ Elles doivent en principe être éteintes entre 1 h et 6 h du matin lorsque l'activité signalée a cessé (R. 581-59 C.env.) ;

- ▶ Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (R. 581-60 C.env.) ;
- ▶ Les 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, enfin, 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 0,25 m par rapport à lui (R. 581-60 C.env.).

Une présentation plus détaillée de la réglementation nationale figure en annexe du RLP.

3. DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE DU TERRITOIRE

3.1. METHODOLOGIE MISE EN ŒUVRE POUR LE RECENSEMENT DES PUBLICITES, ENSEIGNES ET PRE-ENSEIGNES SUR LA COMMUNE DU LUC EN PROVENCE

Un recensement détaillé et précis de l'ensemble des publicités, enseignes et pré-enseignes présentes sur le territoire communal a été réalisé sur le terrain à l'aide d'un dispositif GPS. Cette méthode a permis de définir la position et la qualification des différents dispositifs.

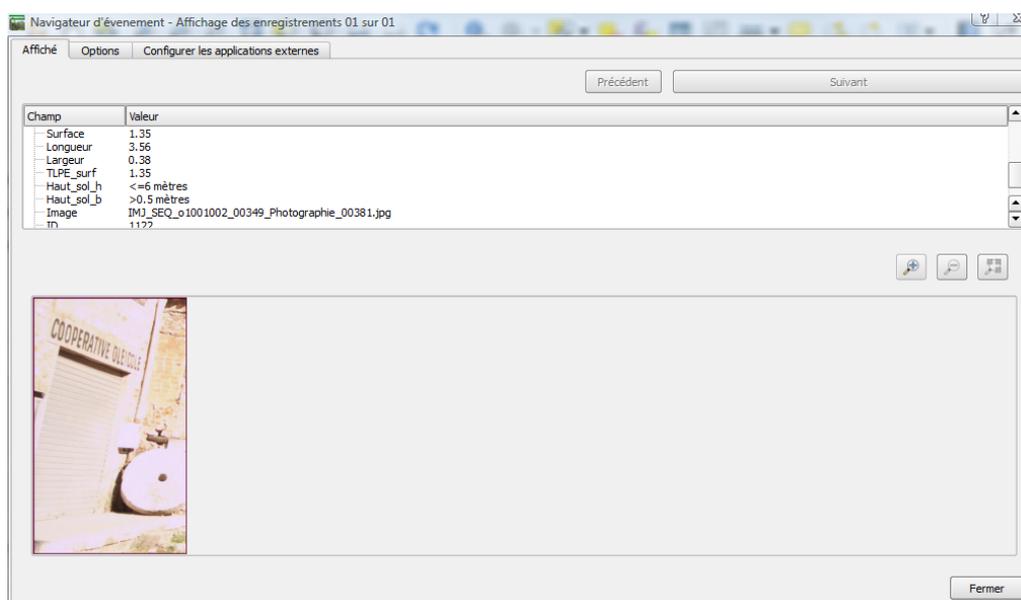
Phase 1 : enregistrement GPS : géo-référencement servant de base pour la localisation précise des dispositifs et pour la prise de mesures relatives à ces dispositifs (distance à la voie, surface, ...), film des secteurs parcourus.

Phase 2 : visualisation, navigation, mesures des dispositifs filmés (visibles de la voie), en bureau. A partir de l'enregistrement vidéo obtenu, une saisie de l'ensemble des dispositifs de publicité visibles a été réalisée. Chaque objet relevé a été qualifié à l'aide d'une boîte de dialogue sous le logiciel Quantum Gis (qualification attributaire).

Phase 3 : superposition des données SIG disponibles : cadastre, périmètres environnementaux, périmètre de l'agglomération, ...

Pour chaque dispositif, la base de données comprend les informations suivantes (fiche d'identité du dispositif) :

- la nature du dispositif publicitaire (publicité/enseigne/pré-enseigne – lumineux/non lumineux)
- la localisation cadastrale,
- les dimensions du dispositif au moyen d'une mesure approximative sur site
- le secteur géographique (en agglomération, hors agglomération),
- la distance par rapport à la voie,
- le bénéficiaire,
- le propriétaire du terrain d'implantation et/ou du bâtiment support,
- une (ou plusieurs) photographie.



3.2. SYNTHESE CARTOGRAPHIQUE ET STATISTIQUE DE L'ETAT DES LIEUX DES DIFFERENTS DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SUR LA COMMUNE DU LUC EN PROVENCE

DONNEES GENERALES

Le recensement des différents dispositifs publicitaire a été réalisé en **Octobre 2013** sur **l'ensemble du territoire communal**, et en particulier le long des principaux axes routiers et dans les zones commerciales ou d'activités. Les trois types de dispositifs ont fait l'objet du recensement : **enseignes, pré-enseignes, publicités**.

L'objectif de ce recensement est d'identifier :

- dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale afin ...
- ... d'identifier dans un second temps les enjeux du territoire à partir des dispositifs conformes uniquement. Le recensement servira alors de base pour identifier les critères actuels de conformité sur lesquels la commune souhaite mener une réflexion et une politique d'action (encadrement potentiellement plus restrictifs des modalités d'implantations de certains dispositifs, sur certains secteurs).

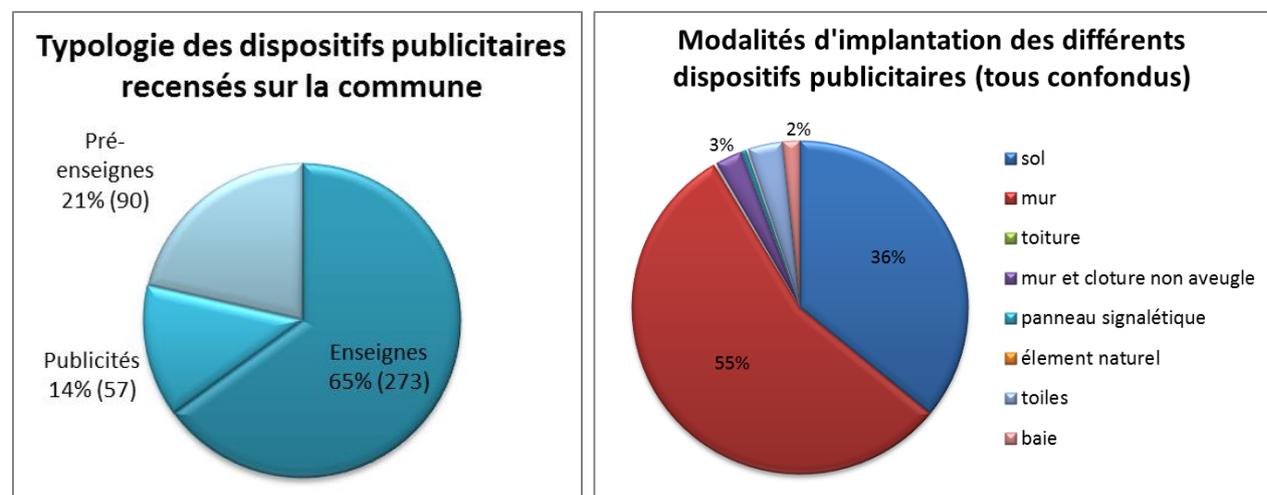
La commune du Luc compte, au mois d'**octobre 2013**, **environ 420 dispositifs d'affichage publicitaires**. Représentant près de 65% d'entre eux, **les enseignes sont dominantes sur la commune**.

L'ensemble des dispositifs se concentre sur les secteurs suivants :

- Centre-ville
- Zone d'activités des Lauves
- Route de Nice et route de Brignoles, axe d'entrées Est et Ouest de la commune, traversant le centre-ville du Luc
- Route Nationale 97, entrée sud de la commune
- Route de Mayons

Toutes les entrées de ville sont concernées par la présence de dispositifs, hormis la route de Cabasse, entrée nord de la commune.

Les dispositifs muraux sont dominants, avec plus de 55 % des enseignes, pré-enseignes et publicités. Les dispositifs **scellés ou apposés au sol** sont également bien représentés. Les autres types d'implantation restent, quant à eux, très marginaux.



Recensement des différents dispositifs publicitaires présents sur la commune du Luc-en-Provence en Octobre 2013





Exemple de dispositifs scellés ou apposés au sol recensés au Luc



Exemple de dispositifs muraux recensés au Luc



Image 1 et 2 : Exemple de dispositifs « toiles » recensés au Luc ; Image 3 : dispositif en toiture



Exemple de dispositifs « bâches » recensés au Luc

Données par type de dispositif

Les publicités

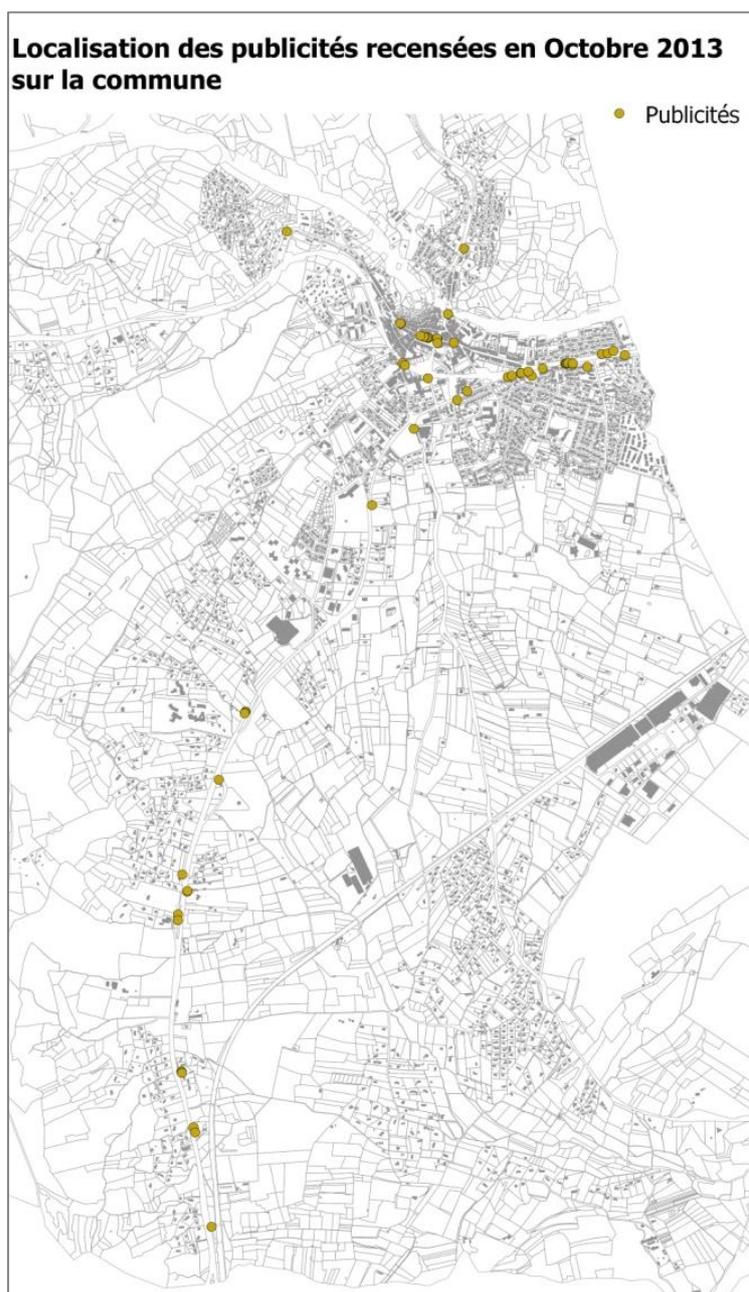
Les publicités recensées sur la commune sont essentiellement localisées dans le **centre-ville et aux abords de la route de Nice**. Quelques publicités sont également présentes le long de la D97, mais leur nombre reste limité.

Comme pour l'ensemble des dispositifs, en ce qui concerne plus spécifiquement les publicités, **la majorité est apposée au mur ou au sol (78%)**, dans une proportion quasi équivalente (44% au mur et 35% au sol).

La très grande majorité des activités représentées sont des **entreprises implantées sur la commune** :

- **restauration**,
- **activités diverses** (imprimerie, électricien, pépinières, Meubles du Luc,...)
- **et commerces**.

Les dispositifs sont principalement implantés à **proximité du bâtiment de l'activité concernée**.



Les pré-enseignes

Comme les publicités, on recense un grand nombre de pré-enseignes **le long de la RN7**, notamment sur la déviation du centre-ville où les dispositifs sont de grande taille ($\leq 12 \text{ m}^2$). Elles sont en revanche moins nombreuses dans le centre-ville-même, mais beaucoup plus **Boulevard Gaudin et le long de la D97**. Contrairement aux publicités, des pré-enseignes sont également présentes sur la **route de Mayons**.

Les dispositifs au sol concernent la très grande majorité, avec plus de 83 % (13% au mur).

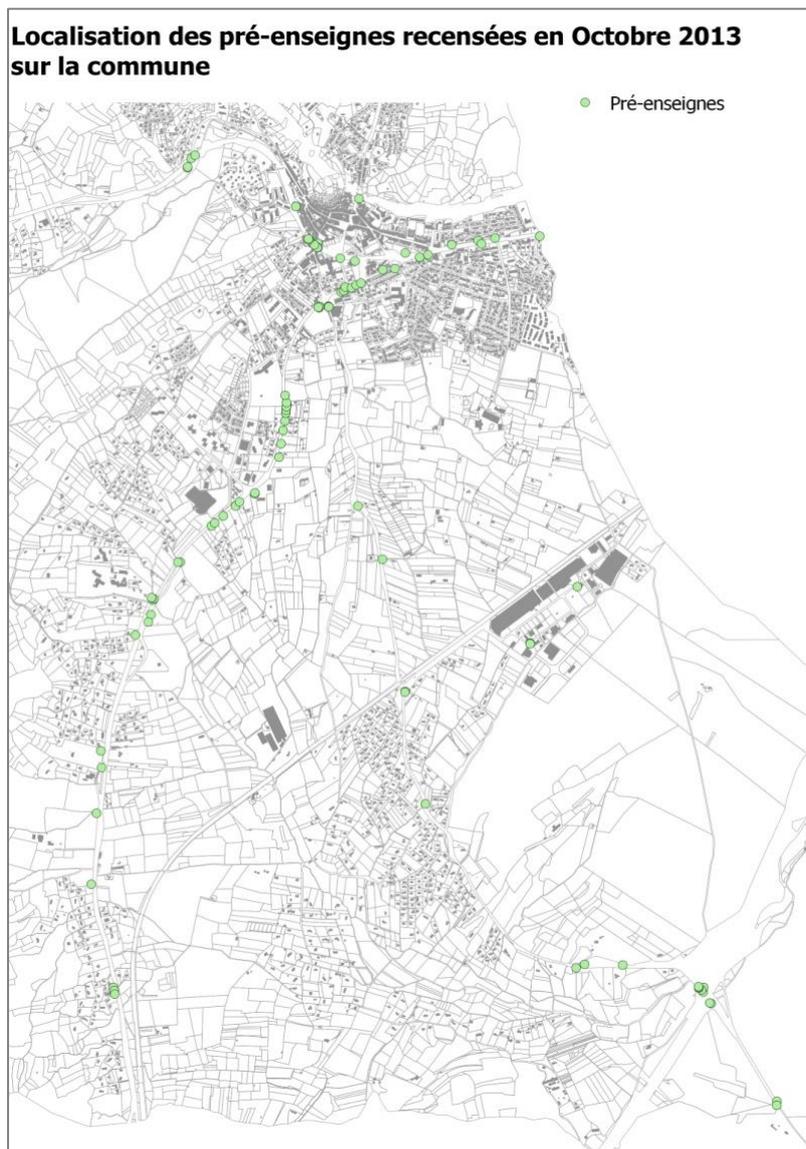
Les activités principalement représentées sont, ici aussi, des **entreprises implantées sur la commune** :

- **restauration**,
- **activités de loisirs** (camping, karting, poney-club, centre de gymnastique, ...)
- **commerces**, essentiellement concessionnaire et garagistes
- **activités diverses** (ébenisterie, vente de carrelage, ...)

Plusieurs grandes entreprises locales ou implantées sur les communes avoisinantes sont également représentées. Bien que certaines comptent plus de 2 dispositifs sur la commune, leur nombre par activité reste limité.

Les dispositifs sont principalement implantés en bordure de voie. Ils sont majoritairement **de grande taille**, supérieure à 9 m^2 .

5 pré-enseignes dérogatoires (d'après la définition des « pré-enseignes dérogatoires » applicables depuis le 13 juillet 2015) sont présentes. Elles concernent la production viticole locale.



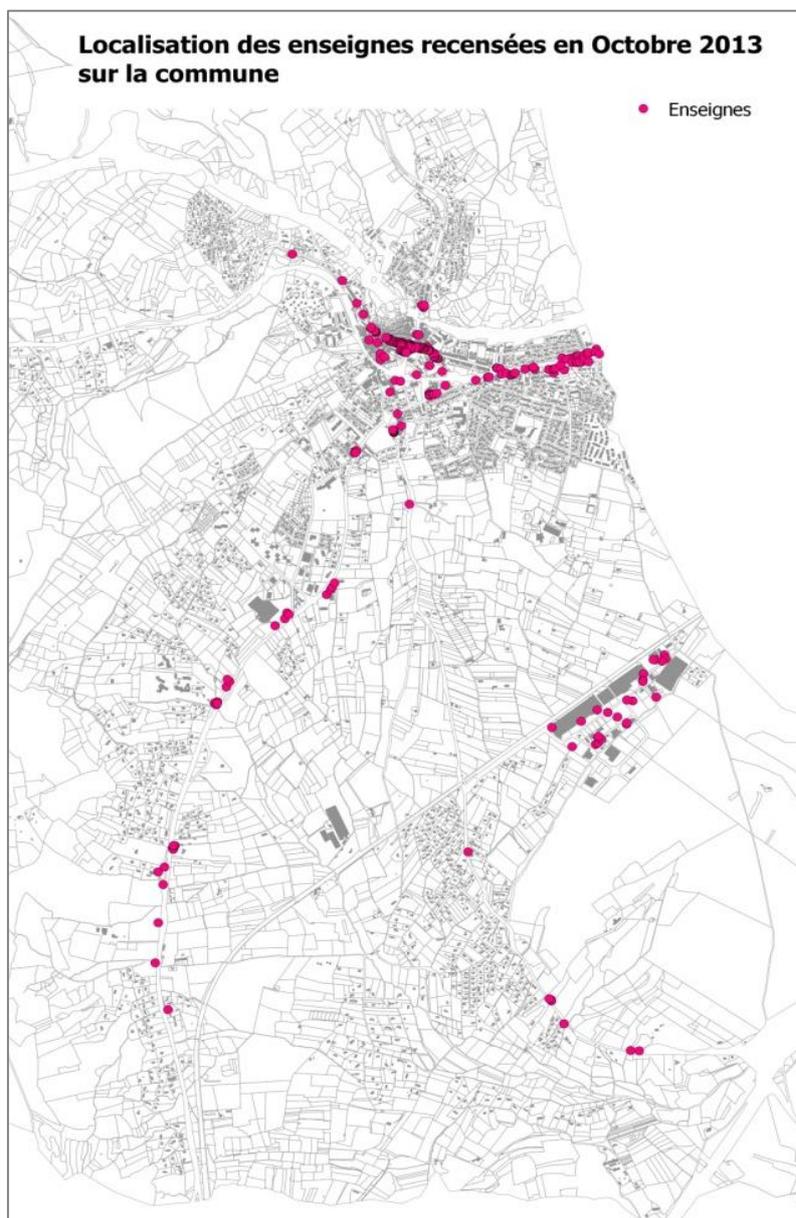
Les enseignes

Les enseignes sont présentes sur l'ensemble des secteurs économiques de la commune : centre-ville, route de Nice et de Brignoles, ZA des Lauves/Pardigières. Plusieurs activités nécessitent également la présence d'enseignes aux abords de la D97 (hôpital, pépinières, activités diverses) et de la route de Mayons (camping, poney-club, karting).

A l'inverse des pré-enseignes, les dispositifs au sol concernent ici uniquement 13% des enseignes. **La très grande majorité est en effet placée au mur (72%).**

La très grande majorité des activités représentées sont les suivantes :

- **restauration,**
- **commerces,**
- **activités diverses** (industrie, transport, service, ...)
- **activités sportives et de loisirs** (camping, cinéma, ...)
- **activités agricoles** (domaine viticoles, pépinières, ...),
- **équipements de santé**



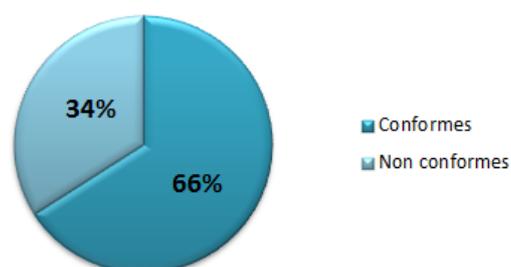
3.2.1. BILAN DES INFRACTIONS RECENSEES EN OCTOBRE 2013, AU REGARD DE LA REGLEMENTATION NATIONALE APPLICABLE PAR DECRET DU 12 JANVIER 2012

Au regard de la réglementation nationale et des contraintes identifiées sur la commune, il a été mis en évidence que la **majorité des dispositifs est conforme à la réglementation nationale : près de 70%**.

La majorité des non-conformités concerne les publicités et pré-enseignes dont un grand nombre est apposé au sol, de surface supérieure à ce qui est autorisé et/ou situé hors agglomération (90% de non-conformité).

Les enseignes sont en revanche très majoritairement conformes à la réglementation nationale (près de 95%). C'est sur ce type de dispositifs que se centrent donc les principaux enjeux du RLP, puisque de nombreux enjeux paysagers et naturels subsistent (*cf. partie 2.3.4.*).

Conformité de l'ensemble des dispositifs recensés sur la commune



Les publicités

80% des publicités recensées sur la commune sont non conformes à la réglementation nationale. Les principaux critères sont de quatre types :

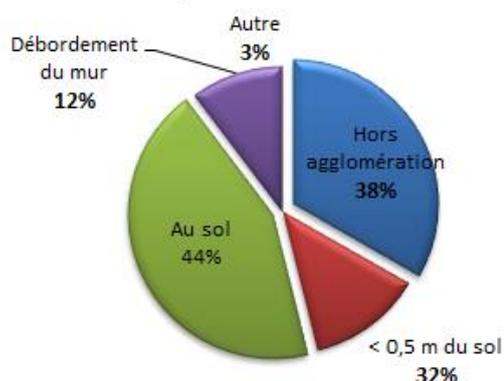
- Une localisation hors agglomération
- Une implantation au sol
- Une surface supérieure à 4 m²
- Une implantation trop près du sol (moins de 0,5 mètres)

Une grande partie cumule au moins deux de ces critères de non-conformité.

Plus marginalement :

- Une localisation sur des grillages ou grilles, correspondant à des « clôtures non aveugles » d'après la réglementation. Cela concerne notamment un certain nombre de bâches.
- Un débordement des limites de murs supportant les publicités concernées.

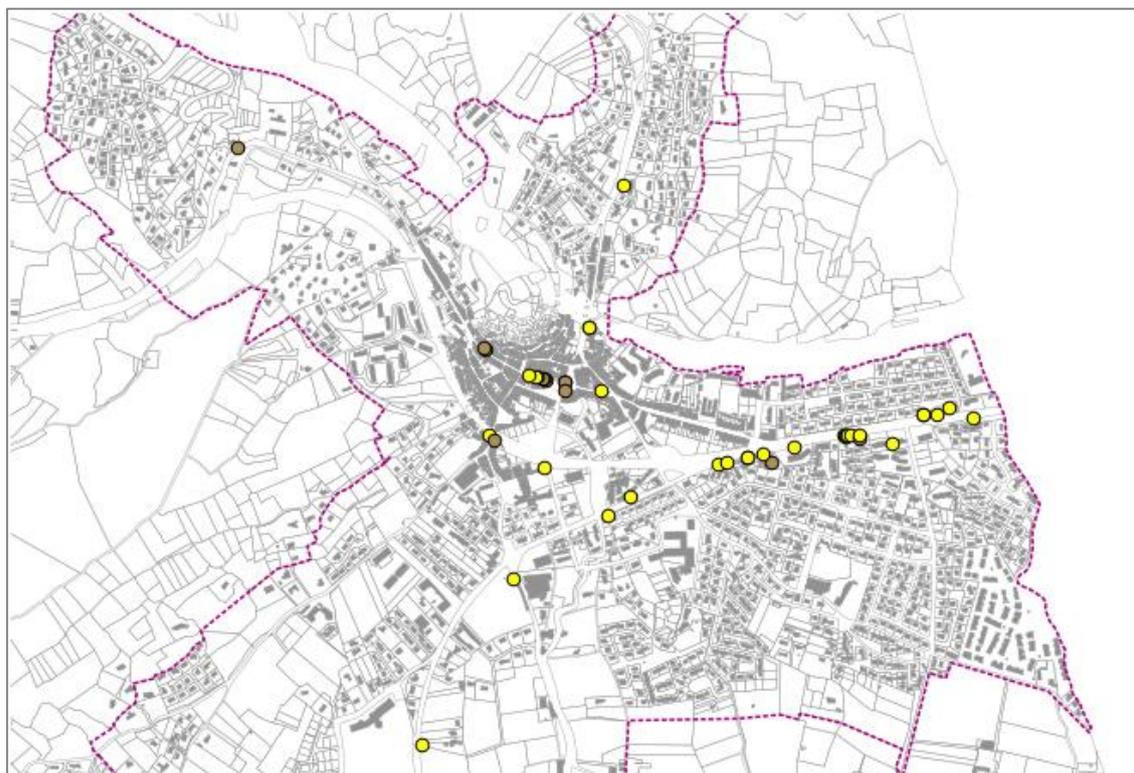
Premiers critères de non conformité des publicités du Luc



Les publicités non conformes à la réglementation nationale en Octobre 2013 (points jaunes)



Zoom sur l'enveloppe urbaine



Exemples de dispositifs non conformes identifiés sur la commune :

Dispositifs au sol, dispositifs supérieurs à 4 m² et/ou débordement de la limite du mur, implantation à moins de 0,5 m du sol



Les pré-enseignes

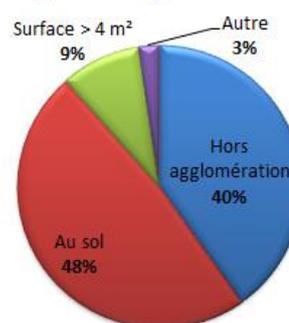
Plus de 95% des pré-enseignes recensées sur la commune ne sont pas conformes à la réglementation nationale.

Comme les publicités, les critères de non-conformité sont de trois types :

- Une localisation hors agglomération
- Une implantation au sol
- Une surface supérieure à 4 m²

Une grande partie cumule au moins deux de ces critères de non-conformité.

Premiers critères de non-conformité des pré-enseignes du Luc



Les pré-enseignes non conformes à la réglementation nationale en Octobre 2013 (points jaunes)



Exemples de dispositifs non conformes identifiés sur la commune : dispositifs hors agglomération, au sol et/ou supérieurs à 4 m²





Implantation à moins de 0,5 m du sol



Les enseignes

Plus de 96% des enseignes identifiées sur l'ensemble de la commune sont conformes à la réglementation nationale. Les principaux critères de non-conformité des 10 enseignes concernées sont de deux types :

- Une surface supérieure à 25% ou 15% de la façade commerciale
- Un débordement des limites du mur
- Un mauvais état du dispositif

Les enseignes non conformes à la réglementation nationale en Octobre 2013 (points jaunes)



Exemples de dispositifs non conformes identifiés sur la commune : Débordement de la limite du mur et surface supérieure à 25% de la façade commerciale



3.2.2. LA NOTION DE DENSITE

La réglementation nationale définit des règles de densité d'implantation de pré-enseignes et publicités.

Au regard de l'ensemble des dispositifs conformes, plusieurs sont implantés plus densément que ce qui est désormais imposé au niveau national.

Rappel de la règle applicable aux dispositifs muraux :

- **Sur le domaine privé** : il peut être installé 2 dispositifs muraux alignés horizontalement ou verticalement sur une unité foncière par tranche de 80 mètres linéaire. Puis 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m.

Sur les 147 publicités et pré-enseignes, une vingtaine devrait être supprimées de leur emplacement actuel, car ne répondant pas aux critères suivants cités ci-dessus.

3.3. ENJEUX – BILAN

3.3.1. BILAN DE L'ETAT DES LIEUX

Les périmètres environnementaux

Aucun dispositif n'est identifié au sein des périmètres environnementaux concernés par la réglementation nationale. Nous notons en effet :

- Une absence de dispositif, quel qu'il soit, en site Natura 2000 et réserve naturelle, bien que quelques-uns soient positionnés en limite ;
- Une absence de dispositifs en Espace boisés classés du PLU et monuments historique. De plus, aucune pré-enseigne et publicité n'est localisée à la fois à moins de 100 mètres de l'un de ces monuments et dans son champs de visibilité.

Ces périmètres n'ont a priori pas vocation à recevoir illégalement plus de dispositifs publicitaires. En effet, aucune nouvelle ouverture à l'urbanisation et aucune zone urbaine n'est située à proximité de ces secteurs.

En revanche, la route de Brignoles compte plusieurs dispositifs au sol en zone naturelle N du PLU (partie Ouest), interdits.

Typologie des dispositifs

L'état des lieux de l'ensemble des dispositifs publicitaires (dont enseignes) met en évidence plusieurs éléments :

- **Les enseignes constituent les dispositifs dominants** sur la commune avec **une très grande majorité conforme** à la réglementation nationale en vigueur
- Les dispositifs **muraux et apposés** au sol sont dominants

Localisation des dispositifs

L'ensemble des dispositifs se concentre sur les secteurs suivants :

- Centre-ville
- Zone d'activités des Lauves
- Route de Nice et route de Brignoles, axe d'entrées Est et Ouest de la commune, traversant le centre-ville du Luc
- Route Nationale 97, entrée sud de la commune

- Route de Mayons

Toutes les entrées de ville sont concernées par la présence de dispositifs, hormis la route de Cabasse, entrée nord de la commune. La route de Brignoles est encore bien préservée malgré la présence de quelques dispositifs ; bien que localisés en agglomération, ceux-ci sont en zone naturelle du PLU.

La non-conformité des dispositifs est en très grande partie liée à leur localisation hors agglomération ou par leur implantation au sol. Elle concerne essentiellement la D97 et la route de Mayons. Un certain nombre d'entreprises ou d'activités localisées **hors agglomération**, à proximité de ces axes, bénéficient aujourd'hui de ces publicités et pré-enseignes.

Typologie des entreprises

Tous dispositifs confondus, la majorité des activités représentées concernent des **entreprises implantées sur la commune**. Ces activités sont essentiellement les suivantes : restauration, activités diverses, commerces et activités de loisirs. 5 pré-enseignes dérogatoires sont présentes, elles concernent la production viticole locale, l'une des activités économiques identifiées comme « à préserver » dans le PLU.

Les pré-enseignes et publicités relatives à des entreprises extérieures à la commune sont peu nombreuses. Elles concernent principalement des entreprises situées dans l'ensemble urbain « Le Luc-Le Cannet ».

La zone d'activités des Lauves compte essentiellement des enseignes. Elle n'a a priori pas vocation à recevoir plus d'activités et de pré-enseignes et publicités, du fait de l'activité du site (pas d'accueil d'un public dense).

En dépit de nombreux dispositifs conformes à la réglementation nationale, des enjeux paysager et naturel subsistent sur la commune.

3.3.2. ENJEUX

ENJEUX PAR SECTEURS

Plusieurs secteurs à enjeux sont identifiables suite à l'analyse de l'état des lieux.

- Route de Brignoles (DN7) – Entrée Ouest de la commune*

| Dispositifs dominants | Activités principalement représentées |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| Publicités et pré-enseignes | Commerce |



L'entrée de ville Ouest se caractérise par sa forte naturalité : des boisements denses bordent la voie de part et d'autre. Les quelques habitations présentes n'y sont pas visibles. Cet espace est partiellement classé en zones naturelle N au PLU où les publicités et les préenseignes scellées au sol sont interdites en application de l'art. R. 581-30 du code de l'environnement.

En dehors de la zone N, sont admises :

- Les pré-enseignes et publicité jusqu'à 8 m² (route à grande circulation)
- Les pré-enseignes et publicité apposés dans l'axe de perception de la tour hexagonale, l'entrée « belvédère » de la commune n'étant pas intégrée au périmètre des 100 m d'interdiction de publicité et pré-enseignes autour du monument historique.

Principaux points noirs

Les pré-enseignes et publicités étant d'ores et déjà interdites en zone naturelle N du PLU (c'est à dire le premier tronçon d'entrée d'agglomération), il n'existe pas d'enjeu significatif sur ce secteur. De la même façon pour les enseignes, les bâtiments d'activités étant en retrait.

En revanche, des enjeux sont bien identifiés sur la partie urbaine de l'entrée de ville, où plusieurs dispositifs de grande taille sont localisés au sud de la voie, **dans l'axe de perception de la tour hexagonale**, monument historique et point d'appel/de repère de la commune. La réglementation nationale admet les publicités présentant une surface pouvant aller jusqu'à 8 m² ; la DN 7 étant une route à grande circulation **au sens du code de la route (cf. décret n° 2009-615 du 3 juin 2009 et art. R. 581-26 § II c.env.)**, leur **présence dégrade a qualité paysagère et patrimoniale de l'entrée de ville.**



Encadré blanc : vue sur la tour hexagonale



Enjeux paysagers et architecturaux

- supprimer les dispositifs de publicités et pré-enseignes, dans un objectif de valorisation du patrimoine historique et urbain sur le tronçon « belvédère » de la route de Brignoles.

Pour information, l'objectif de « Restauration paysagère des entrées de ville et de la RDN7 » figure dans le PADD du PLU

Enjeux économiques sur le secteur

- Pas d'enjeu particulier, aucune entreprise n'étant localisée sur cette entrée de ville et le site n'a pas vocation à en accueillir à court ou moyen terme. Pas d'enjeu dans le PLU.

D97 – Entrée Sud de la commune

| Dispositifs dominants | Activités principalement représentées |
|-----------------------|--|
| Pré-enseignes | Commerces/ Concessionnaires auto / Activités diverses |
| Enseignes | Services de santé / Grande chaîne commerciale (Leclerc) / Activités diverses |



Enjeux paysagers

- La fermeture visuelle des espaces aujourd'hui encore ouverts sur le grand paysage et une perte de lisibilité des éléments relictuels de l'activité agricole du secteur : ces enjeux restent existants pour le mobilier urbain (*si confirmé par décret corrigeant les erreurs rédactionnelles liées à l'interdiction de tout dispositifs au sol*)
- Le maintien d'une relativement faible densité d'enseignes (peu de dispositifs par établissement) *Ces enjeux s'inscrivent dans l'objectif « Restauration paysagère des entrées de ville et de la RDN7 » du PADD du PLU*
- Le développement de dispositifs muraux au fur et à mesure de l'évolution urbaine du secteur (potentiellement de plus en plus de façades « disponibles » pour l'accueil de dispositifs publicitaires autorisés – publicités, pré-enseignes).
- Le développement des enseignes, avec l'accueil de nouvelles entreprises.
- **la préservation du caractère qualitatif du tronçon arboré de la D97** : en continuité sud du boulevard Gaudin sont implantés deux alignements de platanes, de part et d'autre de la D97. Au cœur de la ville, ce tronçon constitue un espace paysager qualitatif.



Enjeux économiques sur le secteur

Un des objectifs affichés dans le PADD du PLU est ici de « Diversifier l'offre de commerces et de services tout en favorisant l'emploi dans les zones d'habitat », avec notamment ... :

- « Le développement de l'accueil d'activités commerciales, de services et d'artisanat
- Le confortement des activités commerciales existantes »

... et « Développer les activités artisanales et commerciales », par la création d'une zone aux Basses Retraches notamment.

Il s'agit donc ici de :

- maintenir les possibilités d'implantation de pré-enseignes et des publicités, pour répondre aux besoins de développement des entreprises du secteur mais également celles du centre-ville et de la RN7.

- Assurer la lisibilité des entreprises locales

Boulevard Charles Gaudin

| Dispositifs dominants | Activités principalement représentées |
|-----------------------|---|
| Pré-enseignes | Commerces/ Restauration/ Activités diverses |
| Enseignes | Activités diverses |



Ce secteur est localisé au cœur de l'ensemble urbain « central » de la commune. Les bâtiments alentours sont de faible hauteur. Les abords de la voirie comptent un grand nombre d'éléments végétalisés.

Principaux points noirs

Les points noirs concernent à la fois les pré-enseignes/publicités et les enseignes :

Les pré-enseignes et publicités : sur ce secteur, la densité actuelle des dispositifs ainsi que leur hauteur supérieure aux abords immédiats (haies notamment) engendre un sentiment d'oppression, de fermeture visuelle et donc une perte de lisibilité des espaces alentours, relativement ouverts > *Ces dispositifs au sol sont à présents interdits.*

Les enseignes : sur ce secteur, certains établissements comptent plus de deux enseignes sur leurs façades visibles depuis la voie, surchargeant les façades et polluant à priori « inutilement » le secteur.



Enjeux paysagers

- Une surdensité d'enseignes sur certains bâtiments.
- Des enseignes sur mur pignon peu qualitatives, dans le périmètre de protection du monument historique de la tour hexagonale.
- le risque de développement de pré-enseignes et publicités sur façade, en remplacement des dispositifs au sol.

Enjeux économiques sur le secteur

Le secteur n'a pas vocation à se développer beaucoup plus économiquement. Toutefois, localisé à proximité immédiate du centre-ville et sur l'axe reliant les secteurs d'activités de la route de Nice et de la D97, le boulevard Gaudin devra répondre aux besoins publicitaires de ses espaces.

Route de Nice (DN7) – Entrée de ville Est

| Dispositifs dominants | Activités principalement représentées |
|------------------------------------|---|
| Pré-enseignes et publicités | Commerces/ Restauration/ Activités diverses |
| Enseignes | Activités diverses/ Restauration |



Ce secteur est localisé à l'entrée de ville Est de la commune. Il s'agit d'un linéaire d'activités en continuité immédiate du bâti économique du Cannet-des-Maures.

Principaux points noirs

Sur ce secteur, le paysage est fortement brouillé par la présence de dispositifs d'affichage. En effet, les dispositifs sont **très denses**, quel qu'ils soient, **très diversifiés** et **disposés de façon anarchique** sur le

domaine public ou privé, en particulier de nombreuses enseignes.

Concernant les enseignes, celles-ci sont principalement de plusieurs types : accrochées à un mur ou au sol. Associées aux pré-enseignes scellées au sol, les enseignes du même type sont peu visibles.

De plus, les enseignes apposées à un mur sont elles-mêmes implantées de deux façons : sur un mur d'enceinte du bâtiment ou sur le bâtiment lui-même. La hauteur du dispositif est également hétérogène sur ce secteur, tout comme leur distance à la voie. De plus, la densité des enseignes n'est pas réglementée au niveau national. Sur ce secteur du Luc, certaines entreprises disposent de plus de 2 enseignes visibles de la voie.

Ainsi, ces enseignes offrent ici un panel de modalité d'implantation qui augmente le sentiment de densité et brouille la lisibilité des entreprises.

Concernant les pré-enseignes et publicité, celle-ci sont également implantés de manière dispersée et hétérogène.

Dans l'ensemble, les dispositifs ne présentent pas de cohérence particulière en matière de couleurs, de hauteur, de surface et de sens de lecture.





Enjeux paysagers (enseignes essentiellement)

- Une dégradation paysagère du secteur entraînant une perte d'attractivité de ces entreprises
- Une dégradation de la qualité paysagère de l'entrée de ville, pouvant engendrer une perte d'attractivité touristique (1^{ère} impression)

Pour information, l'objectif de « Restauration paysagère des entrées de ville et de la RDN7 » figure dans le PADD du PLU

Concernant les publicités et pré-enseignes, des enjeux existent. Toutefois, il est à noter qu'aujourd'hui, le nombre de façades pouvant potentiellement recevoir ce type de dispositif (murs pignons « aveugles » visibles depuis l'avenue) reste limité.

Enjeux économiques sur le secteur

- Assurer la lisibilité, la visibilité et le développement de ces entreprises locales

Centre-ville et abords

Dispositifs dominants

Activités principalement représentées

Enseignes

Commerces/ Restauration / Services

Principaux points noirs

Les points noirs concernent ici principalement **les enseignes**. Elles sont de plusieurs types : perpendiculaires ou parallèles au mur des façades. Les enseignes au sol sont quasiment absentes.

Concernant les dispositifs parallèles, ceux-ci sont globalement de qualité, bien que diversifiés. Ce sont en revanche les dispositifs perpendiculaires à la façade, les plus visibles, qui constituent les enjeux les plus importants du centre-ville. En effet, ils sont apposés à des hauteurs du sol différentes, dans un objectif de visibilité sans doute, présentent des sens des lectures différents, des dimensions (certains plus larges que long, ou l'inverse) et des couleurs hétérogènes. Ils engendrent de ce fait une perte de mise en valeur du bâti et de la qualité architecturale, en brouillant la lisibilité des ruelles.





Enjeux paysagers et architecturaux

- La protection du patrimoine architectural du cœur de ville, partie urbanisée la plus ancienne de l'agglomération luçoise, où les constructions sont principalement édifiées en ordre continu le long des voies, de hauteur R+1 / R+2, utilisant des volets bois, construits avec des toitures de tuiles, génoises, façades enduites colorées, ... Une architecture typique des villages méditerranéens.

Enjeux économiques sur le secteur

Un des objectifs affichés dans le PADD du PLU est ici de :

- « soutenir la diversité des fonctions urbaines du centre-ville » en « favorisant notamment l'implantation de commerces en rez-de-chaussée »
- « renforcer la fonction de centralité du centre du Luc. Le PLU prévoit la création d'équipements culturels (théâtre de verdure, salle d'exposition, espace culturel, musées, cyber espace, etc...).

Autres enjeux

D'autres enjeux concernent l'ensemble de la commune.

- **En agglomération** : le potentiel report des dispositifs publicitaires de type publicités et pré-enseignes sur façades du fait de l'interdiction générale des publicités et préenseignes scellées au sol ou apposées sur le sol
- **Hors agglomération**, les pré-enseignes et publicités sont interdites, et les possibilités d'implanter des préenseignes dérogatoires ont été réduites ce qui conduit à **limiter considérablement la visibilité de certaines entreprises**, qui, pour la plupart, accueillent du public.

A cet égard et pour information, il peut être souligné que le PADD du PLU vise à :

- « conforter la base de loisirs et les activités du syndicat mixte du circuit du Luc » ;
 - « Développer le thermalisme sur le site de Pioule, afin de retrouver sa vocation originelle » ;
 - « Favoriser la création d'un parc d'activités de plein air dans la partie Sud de la commune, aménagé, notamment, pour recevoir des Habitations Légères de Loisirs »
 - « Favoriser le développement des activités et des hébergements hôteliers et para-hôteliers (chambres d'hôtes, gîtes ruraux, campings, ...) », dont certains peuvent potentiellement être situés hors agglomération
- Le renforcement et le développement de certaines activités notamment visées dans le PADD du PLU vont nécessairement **engendrer des besoins en matière de signalétique**, augmentant leur nombre et potentiellement leur diversité, ce qu'il convient d'anticiper.

Pour information, les objectifs du PADD notamment concernés sont les suivants :

| Objectifs | Actions |
|--|---|
| Organiser la vie sociale de tous les lucois | - Favoriser le maintien d'un pôle médical, paramédical et de gériatrie dans le quartier de Précoumin (site de l'Hôpital Local Départemental). - Création d'équipements d'accompagnement en fonction des besoins de la population locale (maisons de retraite, centres de remise en forme et de convalescence, etc...). |
| Faciliter la vie scolaire et para scolaire | - Quartiers sud-ouest : renforcement et extension des équipements scolaires et sportifs René Char à la Retrache. - Quartiers sud-est : création d'un nouveau groupe scolaire au Paradis. - Centre Ville : réhabilitation des groupes scolaires. |
| Repenser le devenir du site de Pioule | - Reconstituer des services liés à la petite enfance à proximité des équipements scolaires existants et futurs et assurer la requalification du site de Pioule. |
| Renforcer la fonction de centralité | - Création d'équipements culturels en centre ville (théâtre de verdure, salle d'exposition, espace culturel, musées, cyber espace, etc...). |
| Améliorer et créer des infrastructures sportives | - Quartiers sud-ouest : renforcement des équipements sportifs au quartier de la Retrache - Quartiers sud-est : - création d'un équipement sportif au lieu-dit les Cyprès (Lotiluc), - création d'un pôle d'équipements sportifs au lieu-dit le Paradis et Pioule - Centre-ville : création d'un équipement sportif au lieu-dit la Burlière (Jean-Jaurès). |

- Les pré-enseignes dérogatoires sont nécessaires à la mise en valeur des activités agricoles locales (domaines viticoles, cave coopérative, domaines oléicoles,). **La qualité de ces dispositifs constitue un enjeu pour l'attractivité et le dynamisme de ces activités.**
- **Plusieurs bâtis vernaculaires sont identifiés comme à protégés, à requalifier ou à mettre en valeur au titre du PLU** (au titre des articles L.123-1-5-III-2° du code de l'urbanisme). Sur ce patrimoine architectural, tous les travaux réalisés sur les constructions et espaces publics identifiés, doivent être conçus dans le sens d'une préservation et d'une mise en valeur :
 - o De leurs caractéristiques historiques ou culturelles.
 - o De leur composition, leur ordonnancement et leur volumétrie. 27

Le RLP doit répondre à son échelle à cet enjeu de protection, les dispositifs publicitaires pouvant avoir un impact sur la préservation et la mise en valeur de ce patrimoine bâti

**PARTIE 2 – ORIENTATIONS ET
OBJECTIFS EN MATIERE DE
PUBLICITE EXTERIEURE SUR LA
COMMUNE DU LUC EN PROVENCE**

PREAMBULE

Le règlement local de publicité s'applique aux publicités, enseignes, pré-enseignes quelle que soit leur forme de réalisation : affiches, peintures murales, lettres ou symboles découpés ou autres supports ne comportant pas de publicité mais destinés à en recevoir, ne serait-ce qu'à titre provisoire ou accessoire sans préjudice de l'application du Code de l'Environnement, des décrets relatifs à son applications, des règlements de voiries et de l'obtention des autorisations prévues par ces textes.

Il constitue le règlement local de publicité applicable sur le territoire de la commune du Luc en Provence et adapte au contexte local la réglementation nationale. Il fixe les dispositions applicables à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes visibles de toutes voies ouvertes à la circulation publique, définies à l'article R581-1 du Code de l'Environnement, comme les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Tous les points de la réglementation nationale qui ne sont pas expressément modifiés par le présent règlement restent applicables de plein droit (Code de l'Environnement Livre V, titre VIII, et du Code de la Route Livre IV, Chapitre VIII.).

Les dispositions du présent règlement s'appliquent sans préjudice des lois, règlements, servitudes et prescriptions notamment en matière d'urbanisme, de voirie et de sécurité routière.

L'élaboration du règlement local de publicité de la commune du Luc-en-Provence s'inscrit dans les objectifs définis dans la délibération de prescription du 14 novembre 2013 :

- « Procéder à une dé-densification des supports publicitaires aux abords de certains voies et secteurs surchargés en informations publicitaires ;
- Eviter l'implantation de panneaux publicitaires dans les quartiers encore protégés ;
- Formuler des règles spécifiques visant la tranquillité pour les entrées de ville, les carrefours giratoires ainsi que les abords des établissements scolaires ;
- Elaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires ;
- Améliorer l'intégration des enseignes et pré-enseignes dans le paysage urbain, notamment dans le centre-ville. »

Les orientations et objectifs établis dans le Règlement Local de Publicité du Luc-en-Provence ont été réalisés en cohérence avec le projet municipal du Plan Local d'Urbanisme.

Ils ont été définis en étroite collaboration avec les différents acteurs du territoire (commerçants, industriels, artisans, associations locales, Chambre de commerce, ...).

Comme dans beaucoup de communes, l'affichage publicitaire (enseignes, publicités, pré-enseignes) occupe aujourd'hui une place importante dans le paysage urbain. Synonymes d'une activité économique dynamique, les différents dispositifs publicitaires de type publicités et pré-enseignes conduisent, par leur prolifération, à une dégradation de la qualité paysagère dans certains secteurs.

Suite au diagnostic établi, quatre grandes orientations générales ont émergé pour la constitution du RLP :

- **Orientation n°1** : Préserver la qualité paysagère des espaces aujourd'hui encore non urbanisés et du patrimoine naturel « urbain ».
- **Orientation n°2** : Améliorer le cadre de vie des habitants et la perception paysagère des visiteurs sur le territoire.
- **Orientation n°3** : Valoriser la qualité paysagère et architecturale du centre-ville, renforcer son attractivité économique et touristique.
- **Orientation n°4** : Permettre le développement des entreprises locales en garantissant l'expression publicitaire et la visibilité commerciale.

Ces orientations, déclinées en objectifs, expriment les réponses concrètes de la commune aux enjeux rencontrés sur son territoire.

ORIENTATION N°1 :

PRESERVER LA QUALITE PAYSAGERE DES ESPACES AUJOURD'HUI NON ENCORE URBANISES ET DU PATRIMOINE NATUREL « URBAIN »

→ PRESERVER LA QUALITE PAYSAGERE DES ESPACES AGRICOLES ET NATURELS SITUES EN ENTREE DE VILLE

Cet objectif concerne deux secteurs :

- la route de Mayons, dont la zone agricole A du PLU a vocation pour des raisons de sécurité lié à la vitesse des véhicules, à être maintenue dans le périmètre d'agglomération ;
- l'entrée de ville sud (D97), où le caractère urbain se conjugue avec un paysage aujourd'hui encore agricole sur les parties non encore urbanisées mais qui le deviendront à moyen terme.

Route de Mayons, dont l'occupation du sol reste majoritairement agricole et l'identité encore rurale, la commune souhaite :

- ➔ Interdire toute possibilité d'implantation de dispositifs de type publicité et pré-enseignes au sol, (autre que signalétique d'information locale),
- ➔ N'autoriser en façade des quelques bâtiments bordant l'axe routier que les pré-enseignes et les publicités de petite taille nécessaires notamment aux activités situées au sein de cette zone de publicité.

Ceci afin de préserver sur le long terme l'identité rurale de ce paysage, à proximité immédiate des espaces urbanisés.

Le long de la D97, le diagnostic a mis en évidence que *« lorsqu'ils sont implantés devant des éléments naturels et agricoles relictuels et identitaires de l'histoire du site (parcelles agricoles, ...), la présence de dispositifs fait perdre de leur qualité paysagère et patrimoniale »*.

- ➔ Afin de préserver ces paysages, le RLP vise à interdire **l'implantation de dispositifs au sol** de type publicités et pré-enseignes (mobiliers urbains, dispositifs temporaires) le long des voies, **devant et du côté concerné par la présence de ces éléments paysagers**. Sont concernés les tronçons de voies longeant des parcelles agricoles ou naturelles.

→ PRESERVER LES VUES SUR LES RELIEFS ALENTOURS

Comme défini précédemment, un certain nombre d'espaces localisés le long de la D97 sont ouverts sur des espaces agricoles, car aujourd'hui non encore urbanisés, bien que classés en zone AU au PLU. Comme identifié dans le diagnostic, la présence de dispositifs scellés au sol crée par endroit une barrière visuelle des perspectives paysagères sur ces espaces agricoles **mais également sur le grand paysage**. En effet, la D97 offre plusieurs percées visuelles d'intérêt sur les massifs calcaires boisés du nord de la commune.

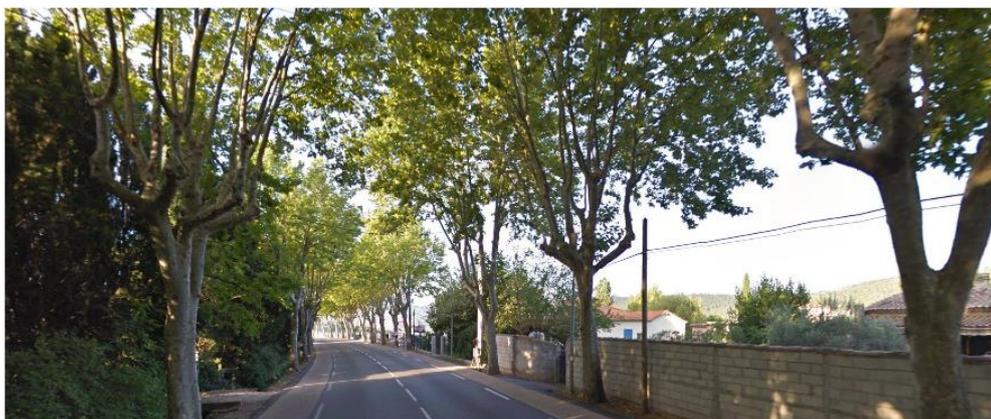
- ➔ Dans la continuité de l'objectif précédent, l'interdiction d'implantation de dispositifs publicitaires de type publicités et pré-enseignes, le long des voies - devant et du côté concerné par les ouvertures visuelles - a également pour objectif de **préserver les vues sur le grand paysage**.

Cet objectif est affiché également hors agglomération où les pré-enseignes dérogatoires au sol sont autorisées. Il s'agira de les privilégier à l'écart des grandes ouvertures paysagères.

→ PRESERVER LE CARACTERE QUALITATIF DU TRONÇON ARBORE DE LA D97

En continuité sud du boulevard Gaudin sont implantés deux alignements de platanes, de part et d'autre de la D97.

Au cœur de la ville, ce tronçon constitue un espace paysager qualitatif. Afin de préserver sa qualité visuelle et son caractère plus naturel qu'urbain, la commune souhaite y limiter plus que sur le reste de l'enveloppe urbaine les possibilités d'implantation de publicités et pré-enseignes, afin de ne pas modifier la perception actuelle du site. Il s'agit ici de valoriser le patrimoine arboré de la commune.



ORIENTATION N°2 :

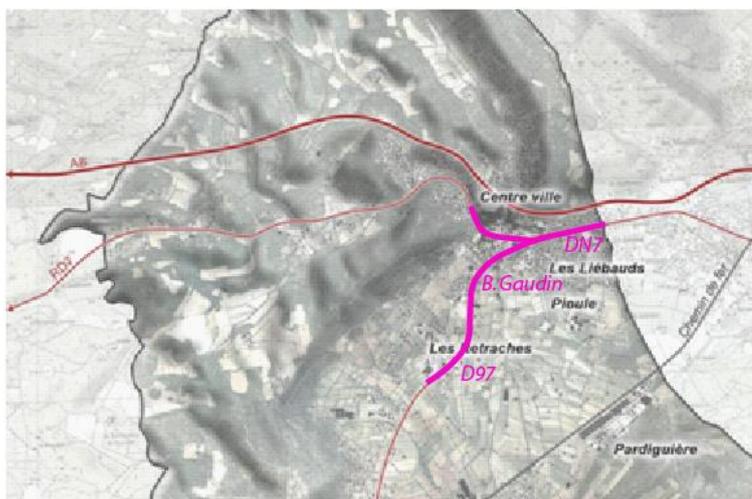
AMELIORER LE CADRE DE VIE DES HABITANTS ET LA PERCEPTION DES VISITEURS SUR LE TERRITOIRE

→ DE-DENSIFIER LES DISPOSITIFS LE LONG DE LA D97, LE BOULEVARD GAUDIN ET LA DN7 EN PARTICULIER

Ces voies constituent aujourd'hui des axes routiers fortement impactés par les différents dispositifs publicitaires (pub, pré-enseignes et enseignes) ; même sous le régime de la nouvelle réglementation nationale, qui en met en in-conformité déjà un certain nombre.

Ces axes nécessitent aujourd'hui une revalorisation urbaine, d'autant plus qu'ils constituent les principales entrées de ville du territoire, et donc la « première image » de la commune.

- Elle souhaite y imposer un nombre maximal d'enseignes par bâtiment, pour limiter leur densité et donc leur impact sur la perception des axes urbains.
- Elle souhaite y réduire le nombre de pré-enseignes et de publicités.
- Elle souhaite mieux encadrer leur localisation sur les espaces publics et privés.



→ HARMONISER L'IMPLANTATION ET LA TYPOLOGIE DES DISPOSITIFS POUR REDUIRE LE SENTIMENT DE « SUR-DENSITE » ET DE DISPERSION SPATIALE

Le long des principaux axes routiers, le diagnostic a mis en évidence plusieurs éléments : une disposition parfois anarchique, des typologies et modalités d'implantations variées ainsi qu'une diversité de couleurs, hauteur, surface et sens de lecture. Cette diversité entraîne une dégradation paysagère des secteurs concernés.

Pour répondre à cet enjeu, la commune souhaite :

- Pour les enseignes, privilégier une implantation murale, en favorisant une implantation sur la façade du bâtiment. Ceci afin de limiter le nombre de dispositifs disparates au sol et de libérer de l'espace dans le champ visuel.
- Harmoniser la typologie et les modalités d'implantation des dispositifs autorisés.
- Améliorer et harmoniser leur qualité esthétique.

→ VALORISER QUALITATIVEMENT LES PERCEPTION VISUELLE SUR LA TOUR HEXAGONALE, PRESERVER LA QUALITE PAYSAGERE DES ABORDS DU PATRIMOINE BATI VERNACULAIRE

La Tour hexagonale, monument historique

Afin d'améliorer la qualité paysagère et patrimoniale de l'entrée de ville de Brignoles et de valoriser la vue sur la tour hexagonale, point d'appel/de repère de la commune, la commune souhaite :

- ➔ **Interdire tout type de dispositif de publicité et de préenseignes sur le tronçon « belvédère » de l'axe routier (route de Brignoles), qui se situe en dehors du périmètre de 100 mètres** au sein duquel sont interdites les publicités et pré-enseignes. Il s'agit d'étendre l'interdiction à ce tronçon, l'un des secteurs où la tour est la plus visible, afin de libérer de toute pollution le champ visuel vers ce monument historique.

Le patrimoine bâti vernaculaire

La « *protection et la valorisation des éléments patrimoniaux identitaires* » constitue l'un des objectifs du PLU, qui recense un certain nombre de bâtis vernaculaires faisant l'objet de protections particulières au titre des articles L.123-1-5 7° et L.123-3-1 du Code de l'urbanisme.

La protection et la mise en valeur de ce patrimoine ne relève pas uniquement de sa qualité architecturale, qui est encadrée par le PLU. La qualité des espaces environnants joue également un rôle dans la perception du bâti et sa mise en valeur. C'est pourquoi, le RLP, en complément des dispositions du PLU, fixe un périmètre autour de ce patrimoine et au sein duquel la publicité et les pré-enseignes sont interdites. Ceci en agglomération comme hors agglomération.

ORIENTATION N°3 :

VALORISER LA QUALITE PAYSAGERE ET ARCHITECTURALE DU CENTRE-VILLE, RENFORCER SON ATTRACTIVITE ECONOMIQUE ET TOURISTIQUE

→ **MAINTENIR UNE PUBLICITE RESTREINTE DANS LE CENTRE ANCIEN**

Inscrit dans le PADD du PLU, la nécessité de préserver le patrimoine bâti ancien et en particulier du vieux village passe notamment par la maîtrise des nuisances à ses abords. Les dispositifs recensés se limitent à ceux des quelques établissements du vieux village, ce qui n'induit pas de réelle nuisance, par le nombre ou leur nature.

Cependant, afin de maintenir cette densité limitée, la commune souhaite :

- Y encadrer de manière plus restrictive l'installation de dispositifs de publicité en privilégiant le microaffichage et en limitant le mobilier urbain.

→ **FAVORISER UN CENTRE-VILLE PLUS HARMONIEUX EN TERMES D'ENSEIGNES**

Le diagnostic a mis en évidence des enjeux relatifs à la variété des enseignes, présentant des implantations très différentes, parfois peu harmonieuses les unes aux autres, et des couleurs peu cohérentes avec la qualité architecturale du centre historique (teintes de façades, ...), engendrant une perte de mise en valeur du bâti et brouillant la lisibilité des ruelles.

- Ainsi, l'objectif de la commune est d'encadrer de manière plus restrictive les modalités d'implantation, la taille, la saillie et la forme de ces dispositifs, pour une plus grande harmonisation. Ceci tout en assurant la lisibilité des entreprises.

→ **FAVORISER UNE SIGNALÉTIQUE LOCALE COMMUNE**

La signalétique publicitaire constitue un élément important de valorisation urbaine, lorsque celle-ci est de qualité. La commune souhaite développer une signalétique commune dans le village, privilégiée sur des mobiliers collectifs type mats communaux. Ceci dans un objectif de maintien d'un nombre limité de préenseignes, mais également de valorisation architecturale du centre-ville, par l'implantation de dispositifs harmonieux et où l'esthétique est recherchée.

- L'objectif de la commune est de limiter, à travers le RLP, tout autre type de dispositif afin de promouvoir au mieux la signalétique d'information locale.

ORIENTATION N°4 :

PERMETTRE LE DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES LOCALES EN GARANTISSANT L'EXPRESSION PUBLICITAIRE ET LA VISIBILITE COMMERCIALE

Il s'agit de privilégier la qualité et la lisibilité des dispositifs publicitaires (publicités, pré-enseignes et enseignes) dans les zones urbaines mixtes (regroupant les fonctions d'habitation, de commerces et d'équipements collectifs) et les zones d'activités économiques.

→ AMELIORER LA LISIBILITE DES ENTREPRISES, TOUT EN PERMETTANT UNE MARGE DE MANŒUVRE A L'IDENTITE VISUELLE ET A LA VISIBILITE DES DIFFERENTES ACTIVITES

La diversité des dispositifs publicitaires, leur forte densité et leur implantation parfois diffuse peut entraîner sur certains secteurs, au-delà d'une dégradation paysagère, une perte d'attractivité des entreprises locales. Ceci en particulier le long de la RN7.

Pour répondre à cet enjeu, la commune souhaite :

- Harmoniser la typologie et les modalités d'implantation des dispositifs, tout en offrant des possibilités complémentaires pour que chaque entreprise puisse assurer sa visibilité économique.

Il s'agit d'améliorer la lisibilité des différentes activités en trouvant un juste milieu entre valorisation paysagère et développement économique.

L'objectif est d'encadrer, de définir des règles pour assurer une implantation harmonieuse du dispositif avec le bâtiment, tout en laissant une marge de manœuvre en terme d'identité visuelle.

PARTIE 3 – JUSTIFICATION DES CHOIX, DES REGLES ET DES MOTIFS DE DELIMITATION DES ZONES

LA DELIMITATION DES ZONES DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

L'état des lieux du territoire et la mise en évidence de ses enjeux dans le cadre d'un diagnostic de terrain ont permis de faire émerger plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux spécifiques. Ces secteurs font donc chacun l'objet d'une zone de publicité (ZP), pour lesquelles des règles spécifiques ont été définies afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

6 zones de publicités sont définies :

- **ZP1** : le centre ancien et le tronçon de la route de Cabasse situé dans l'agglomération.
- **ZP2** : le linéaire de la route nationale 7 entre le Cagnet des Maures et l'intersection avec le rond-point de l'Europe.
- **ZP3** : les abords du Boulevard Charles Gaudin.
- **ZP4** : le linéaire de la route départementale 97, entre le boulevard Charles Gaudin et l'entrée dans le secteur de la zone d'activités des Retraches.
- **ZP5** : la zone d'activités des Retraches et ses abords.
- **ZP6** : la route de Mayons, entre l'entrée dans l'agglomération et le boulevard Charles Gaudin.

ZP1 – LE CENTRE ANCIEN ET LE TRONÇON DE LA ROUTE DE CABASSE SITUE DANS L'AGGLOMERATION

Elle regroupe :

- le centre historique, qui s'étend au sud jusqu'à la tour hexagonale ;
- le sud de la route de Cabasse, dans le prolongement du centre historique ;
- le tronçon de la route de Brignoles passant en surplomb du centre historique.

L'autoroute A8 passant en surplomb du centre historique (pont) n'est pas intégrée à cette zone de publicité.

Les objectifs identiques affichés sur ces secteurs sont :

- l'interdiction de toute publicité et pré-enseignes autre que micro-affichage afin de préserver le patrimoine architectural du quartier, que ce soit la qualité des façades comme les vues sur le monument historique de la tour hexagonale.
- une qualité d'enseignes encadrée de manière plus importante que sur les autres secteurs de la commune, en cohérence avec les enjeux architecturaux et touristique existants sur ce cœur urbain, et les avis déjà émis par l'architecte des bâtiments de France sur le centre ancien.

La route de la Cabasse a été intégrée à ce secteur car en continuité physique immédiate, présentant une identité urbaine relativement identique et ne faisant actuellement pas l'objet de forts enjeux de développement de publicité. De plus, cette route constitue l'une des portes d'entrée du cœur historique. Il s'agit d'assurer une cohérence d'ensemble dans les objectifs poursuivis.

ZP2 ET ZP3 - LE LINEAIRE DE LA ROUTE NATIONALE 7 ENTRE LE CAGNET DES MAURES ET L'INTERSECTION AVEC LE BOULEVARD SAINT GAUDIN ; LES ABORDS DU BOULEVARD SAINT GAUDIN

Les ZP2 et ZP3 concernent des linéaires routiers situés dans le cœur urbain, mais ne correspondant pas à des zones d'activités à proprement parlé. Elles ont pour rôle d'encadrer l'implantation de dispositifs publicitaires (pub, pré-enseignes et enseignes) sur ces secteurs très fréquentés et perçus par la population locale et les

visiteurs extérieurs (dont touristes), afin de revaloriser la perception de la ville et la qualité du cadre de vie, tout en garantissant l'expression publicitaire et la visibilité commerciale des entreprises implantées.

Ces deux zones présentent les enjeux et objectifs suivants :

> Forts enjeux économiques mais ne présentant pas d'enjeu de préservation du patrimoine architectural et arborés spécifiques :

- Nécessité de maintenir une possibilité d'implanter des enseignes au sol, en plus des dispositifs en façade (seul type de dispositifs autorisé dans le centre ancien par exemple) ;
- Nécessité d'autoriser les publicités sur mobilier urbain, en plus du micro-affichage ;
- Nécessité d'assurer une **cohérence réglementaire** le long de la RN7, **avec le Règlement Local de Publicité du Cannet des Maures**, notamment en interdisant la publicité sur façade.
- Volonté de laisser une marge de manœuvre plus importante sur le boulevard Gaudin, en y autorisant les publicités/préenseignes en façade.

La définition de deux zones de publicité différentes réside en l'implantation d'enseignes au sol, dont les enjeux visuels sont différents et donc les règles adaptées à chacune d'elle : le long de la RN7, l'implantation en retrait de la voie constitue un enjeu, l'espace public y étant limité et engendrant donc des possibilités d'implantation au sol très proche de la voie. Ce qui n'est pas le cas boulevard Gaudin, qui compte de larges trottoirs et dont l'implantation en limite de l'espace public permet déjà un large recul des dispositifs au sol.

Ces deux ZP s'étendent en « profondeur » tel que tout bâtiment d'activité visible depuis ces voies y soit intégré.

ZP4 - LE LINEAIRE DE LA ROUTE DEPARTEMENTALE 97, ENTRE LE BOULEVARD CHARLES GAUDIN ET L'ENTREE DANS LE SECTEUR DE LA ZONE D'ACTIVITES DES RETRACHES

La ZP4 vise à préserver la qualité visuelle et le caractère plus naturel qu'urbain de ce secteur bordé par deux alignements qualitatifs de platanes.

Il s'agit d'y limiter plus que sur le reste de l'enveloppe urbaine les possibilités d'implantation de publicités et pré-enseignes, afin de ne pas modifier la perception actuelle du site. Ceci en y limitant la surface des publicités et pré-enseignes murales, les petits formats y étant ici privilégiés (0,5 m²).

ZP5 - LA ZONE D'ACTIVITES DES RESTRACHES ET SES ABORDS

La ZP5 correspond à la spécificité de la zone d'activités économiques. Le besoin concerne la dynamique économique qui doit pouvoir s'exprimer et être valorisée.

En effet, le Projet d'Aménagement et de Développement Durable du PLU (PADD) fixe comme objectifs pour la commune sur ce secteur :

- la diversification de l'offre de commerces et de services ;
- de développement d'activités artisanales.

ZP6 - LA ROUTE DE MAYONS, ENTRE L'ENTREE DANS L'AGGLOMERATION ET LE BOULEVARD CHARLES GAUDIN.

Pour des raisons de sécurité, il a été décidé par les élus de maintenir la localisation du panneau d'entrée d'agglomération bien en amont de l'enveloppe urbaine, même si aucune extension bâtie n'est prévue au PLU.

Maintenue « administrativement » en agglomération, la ZP6 vise sur ce secteur la préservation de l'identité rurale de ce tronçon, en y appliquant des règles identiques aux secteurs situés hors agglomération.

RESTE DU PERIMETRE D'AGGLOMERATION

Une seule règle spécifique a été définie sur les autres secteurs de l'agglomération, sans définition d'une ZP spécifique. Elle concerne des espaces essentiellement résidentiels, afin qu'ils demeurent libres de toute publicité, comme c'est d'ores et déjà le cas aujourd'hui. Ces secteurs ne bénéficient pas actuellement d'enjeux relatifs à l'affichage publicitaire.

CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du **Code de l'Environnement** Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes, et notamment des **articles L 581-1 à L 581-45 et aux dispositions des articles R 581-1 à R 581-88**.

DISPOSITIONS RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

TYPES DE DISPOSITIFS AUTORISES

Le règlement affiche en premier lieu le type de dispositifs autorisés par Zone de publicité, en cohérence avec les enjeux et objectifs affichés sur chacun d'eux.

De façon globale sur l'ensemble du territoire, quatre types de dispositifs sont autorisés, en cohérence avec la réglementation nationale : le micro-affichage, les dispositifs scellés au mur, le mobilier urbain et les dispositifs temporaires au sol.

Afin de limiter une trop forte diversité de type d'affichage bien identifiée aujourd'hui sur la commune – et en particulier le long de la RN7, il a été décidé d'interdire les dispositifs sur façade autre que des bâtiments (murets, ...).

En ce qui concerne les dispositifs au sol, il a été décidé (après réflexion avec les services de l'état) de **prendre en considération l'erreur rédactionnelle concernant l'interdiction de dispositifs de type mobilier urbain**. Le mobilier urbain constitue pour la commune une opportunité importante pour limiter la densité des affichages publicitaires (dont elle a choisi de limiter le nombre de dispositifs muraux), tout en permettant l'expression publicitaire sur des dispositifs homogènes et dont l'apposition sera choisie par la commune.

LIEUX D'INTERDICTION OU DE LIMITATION

Les dispositifs en micro-affichage ont été partout autorisés. Encadrés, ils ne constituent pas un enjeu majeur en termes d'impact sur le paysage urbain.

En revanche, en cohérence avec les enjeux et objectifs affichés par les élus, **il a été décidé** :

- **d'interdire tout autre type de publicité et pré-enseignes en ZP1** pour répondre aux objectifs de **préservation et valorisation du patrimoine bâti et architectural du centre historique**.

Ce secteur présente d'ores et déjà une densité très limitée de publicités. Il n'existe pas d'enjeu significatif de développement de ces dispositifs ;

En revanche, l'enjeu pour la commune réside en la valorisation d'une signalétique d'information locale, de types mats communaux, afin de promouvoir une meilleure harmonisation et une signalétique de qualité. Pour cela, elle limite dans le règlement local de publicité tout autre type de dispositif, autre que micro-affichage.

Il s'agit également de répondre aux objectifs de « tranquillité visuelle » aux abords des écoles et établissements scolaires, en limitant toute pollution publicitaire.

- **D'autoriser uniquement des pré-enseignes de petite dimension au sein des ZP4 et ZP6 pour répondre aux objectifs de :**
 - préservation du caractère rural de la route des Mayons ;
 - préservation de la qualité du tronçon de platanes sur la D97 et son caractère plus naturel qu'urbain.

Sur ces secteurs, **les enjeux de préservation et de valorisation de la qualité urbaine et architecturale ont fait ressortir** (en réflexion avec les élus et les services de la DRAC – ABF) **la nécessité de privilégier des dispositifs de petites tailles (0,5 m²), en attendant le déploiement de la signalétique d'information locale au-delà du centre ancien de la RN7.**

Ceci afin d'éviter la profusion de dispositifs divers, d'homogénéiser et d'assurer une qualité de charte graphique.

- **De n'autoriser que le mobilier urbain en ZP2, en cohérence avec les objectifs poursuivis sur la RN7 dans le RLP du Cannet des Maures.**

Rappel des règles affichées

| | ZP1 | ZP2 | ZP3 | ZP4 | ZP5 | ZP6 |
|------------------------|---|--|----------|--|----------|----------|
| Micro-affichage | ADMIS | | | | | |
| Mur | INTERDIT | | ADMIS | | | |
| Sol | ADMIS pour mobilier urbain, <i>Sous conditions</i> | ADMIS pour mobilier urbain et certains dispositifs temporaires <i>Sous conditions</i> | INTERDIT | ADMIS pour mobilier urbain et certains dispositifs temporaires <i>Sous conditions</i> | INTERDIT | INTERDIT |
| Autre | INTERDIT | | | | | |

Au sein des ZP, les objectifs de **préservation de la qualité des perceptions sur le patrimoine bâti et paysager** ont amené à interdire toute publicité et préenseigne autre que microaffichage (même dérogatoire pour le patrimoine hors agglomération) :

- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques ; et ceci pour toutes activités autre que celles relatives à des manifestations ou activités culturelles, sportives ou événementielles, dont la promotion est recherchée par la commune.
- dans le champ de visibilité de la tour hexagonale, depuis la route de Brignoles ;
- sur le patrimoine bâti protégé identifié dans le PLU ;
- à moins de 20 mètres et dans le champ de visibilité de ces éléments bâtis ;
- au sol, devant une parcelle encore non urbanisée dont au moins l'un des bords est limitrophe au domaine public (perspectives visuelles).

Afin de préserver le caractère rural de la route de Mayons, seuls les dispositifs de petite taille, en façade et uniquement nécessaires aux activités économiques situées au sein de cette ZP sont autorisés.

Afin de répondre aux enjeux et objectifs affichés en matière de préservation des vues sur les massifs alentours et sur le paysages naturels ou agricoles des bords d'axes routiers, il a été défini de « *ne pas oblitérer une perspective visuelle sur le grand paysage ou être implanté devant une parcelle encore non urbanisée dont au moins l'un des bords est limitrophe au domaine public* ».

Afin d'éviter les pollutions lumineuses de publicités sur lesquelles, de manière globale, l'enjeu d'éclairage n'est pas significatif, la commune a souhaité **limiter l'autorisation de dispositifs lumineux aux enseignes et de les interdire pour les publicités et pré-enseignes**, même celles éclairées par projection et par transparence.

DIMENSIONS ET DENSITE

Afin de garantir l'expression publicitaire, la surface maximale de 4 m² autorisée par la réglementation nationale n'a pas été réduite sur les secteurs ne bénéficiant pas d'enjeu paysager « naturel ». « Tout rajout, extension ou découpage qui aurait pour but d'augmenter le format initial du dispositif » a été interdit, afin d'assurer le respect de cette superficie maximale ou initialement autorisée.

Cette surface a en revanche été réduite pour les ZP4 et ZP6, secteurs à enjeu paysager.

Enfin, en cohérence avec les enjeux paysagers (entrée de ville Ouest : vue sur la tour hexagonale et absence d'accès direct à des voies secondaires et bâtiments d'activités pouvant justifier la nécessité de maintenir des préenseignes sur son long) **et le RLP du Cagnet des Maures**, aucune publicité autre que micro-affichage et mobilier urbain n'a été autorisée tout le long de la RN7.

Afin d'éviter tout « remplissage » de l'ensemble des surfaces vitrées, où le micro-affichage et les enseignes sont autorisés dans toutes les ZP, une règle de densité a été définie dans le centre ancien, au regard des échelles de perception des devantures commerciales (ruelle étroite, perception de proximité, ...) : « *l'ensemble des dispositifs apposés sur surface vitrée* ne doit pas représenter au total plus de 25% de la surface vitrée* sur laquelle ils sont apposés* » et sans dépasser 1 m². Ceci tout en étant conforme à la surface maximum de 1/10^e de surface de la devanture commerciale.

QUALITE D'AFFICHAGE

L'obligation d'apposer uniquement sur mur enduit permet de répondre aux enjeux globaux de qualité urbaine, en incitant la finalisation des constructions pour pouvoir louer sa façade ou y apposer.

DISPOSITIFS TEMPORAIRES

Ce type de dispositifs engendre une forte visibilité.

Ainsi, **afin d'assurer la lisibilité des manifestations et activités culturelles/sportives locales - que la commune souhaite promouvoir - mais en limitant les possibilités de profusion et d'éventuelle pérennisation de dispositifs relatifs à des activités économiques**, il a été décidé pour les dispositifs au sol :

- de les autoriser pour ceux signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- de les interdire pour les préenseignes temporaires 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'elle signalent la location ou la vente de fonds de commerce. **Ceci dans la continuité de l'interdiction nationale des dispositifs permanents au sol.**

DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES

DISPOSITIFS AUTORISES

Les règles générales édictées dans le règlement concernent l'ensemble de la commune, les enseignes y étant partout autorisées. Ces règles sont ensuite complétées sur certaines zones de publicité ZP pour répondre aux enjeux spécifiques.

Globalement sur le territoire communal, tout type de dispositif est autorisé (sous conditions), hormis les enseignes en toiture. En effet, il n'a pas été identifié de réel enjeu de visibilité lointaine des enseignes sur la commune justifiant la nécessité d'autoriser ces enseignes en toiture. Cette interdiction est souhaitée également de par l'impact visuel de ces dispositifs et la volonté de privilégier les dispositifs en façade et au sol, pour une meilleure harmonisation (réduction de la diversité). Cf. Objectif « harmoniser l'implantation et la typologie des dispositifs pour réduire le sentiment de « sur-densité » et de dispersion spatiale ».

Rappel des règles affichées

| | | ZP1 | ZP2 | ZP3 | ZP4 | ZP5 | ZP6 |
|----------------------------------|------------------------------|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Surface vitrée* | | ADMIS | | | | | |
| Store-banne* / auvent | | ADMIS | | | | | |
| Mur/ Clôture aveugle | Sur façade du bâtiment | ADMIS | | | | | |
| | Autre que façade du bâtiment | ADMIS sous conditions | | | | | |
| Sur coffrage menuisé | | ADMIS | | | | | |
| Sol | | ADMIS sous conditions | | | | | |
| Autre dont dispositif en toiture | | INTERDIT | | | | | |

Il a été décidé par la commune, en accord avec les besoins des acteurs économiques et des enjeux paysagers, **de privilégier, les enseignes en façades dès que possible. Les dispositifs au sol sont considérés comme une solution alternative** en cas :

- D'impossibilité d'apposer une enseigne sur façades selon les règles du RLP ;
- Une problématique de visibilité limitée des bâtiments d'activités pour lesquels les enseignes en façades ne permettent pas une visibilité suffisante pour répondre aux besoins économiques de l'entreprise ;
- Afin de matérialiser un espace de stationnement ;
- Dans le cas de dispositifs mutualisés, ce qui existe déjà pour certaines entreprises le long de la RD7 ;
- Les chevalets mobiles, dès lors qu'ils sont considérés comme des enseignes¹, pour assurer une visibilité « lointaine », en particulier dans le centre ancien où l'étroitesse des ruelles ne permet pas une pleine visibilité des activités (restaurants, ...)

Dans le 1^{er} cas, afin de limiter la dispersion des dispositifs au sol le long des axes routiers tout en assurant la visibilité des entreprises, il est imposé à ce que le dispositif soit apposé au plus près du bâtiment.

Dans le centre ancien, dans un souci de laisser libre les espaces publics, les dispositifs au sol autres que chevalets mobiles (de type enseignes) sont interdits.

¹ C'est à dire dès lors qu'ils occupent l'unité foncière ou s'exerce l'activité ou, lorsqu'ils occupent le domaine public, qu'ils aient fait l'objet d'une autorisation d'occuper le domaine public.

« *Les enseignes sur clôture aveugle sont à privilégier* » permet notamment de limiter les dispositifs sur bâches, allant dans le sens de ce qui est déjà interdit pour les publicités et pré-enseignes par la réglementation nationale.

Enfin, en ce qui concerne les dispositifs lumineux, afin d'assurer la visibilité commerciale des entreprises, ceux-ci restent bien entendus autorisés.

DES REPONSES A APPORTER EN MATIERE D'HARMONISATION AVEC L'ENVIRONNEMENT BATI

Afin d'assurer la qualité d'intégration paysagère et urbaine des enseignes, et en lien avec ce qui est autorisé par les services de la DRAC dans les périmètres de monuments historiques, il a été décidé d'imposer à ce que :

- « *Le choix des matériaux des dispositifs scellés sur façade* doit se faire en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel le dispositif est apposé* ». **Ceci étendu sur l'ensemble de la commune.**

- « *Les enseignes utilisant des matériaux brillants sont interdites à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques.* ».

Afin de répondre aux enjeux liés à l'importante diversité d'implantation des enseignes (hauteurs au sol différentes, sens de lecture différents, dimensions, couleurs hétérogènes, ...), qui impacte la perception du bâti, va à l'encontre d'une mise en valeur de la qualité architecturale et brouille la lisibilité des ruelles, les règles suivantes ont été définies :

- un encadrement du type d'enseigne sur façade (peinture au mur, en bandeau ou lettrages fixés directement à la façade), « gamme » suffisamment large pour permettre à chacun d'exprimer son identité, tout en interdisant notamment les enseignes en relief (en coffre autre que coffrage menuisé) ;
- une position limitée en rez-de-chaussée et harmonisée les unes aux autres en termes de hauteur au sol pour une même activité ;

Afin de ne pas aller à l'encontre des possibilités de visibilité commerciale et donc d'affichage, il est précisé pour chacune de ces règles qu'elle ne s'applique pas « *en cas d'impossibilité technique justifiée* », règle qui permet toutefois de limiter les possibilités de dérogation pour favoriser leur application.

- des règles d'apposition spécifiques sur des façades autres que bâtiments (murets) afin de limiter le cumul de dispositifs ;
- des règles d'implantation sur la façade, en privilégiant les dispositifs au-dessus des ouvertures pour les enseignes à plat, au plus proche des limites séparatives pour les potences/drapeaux. *Afin de répondre aux besoins de certaines activités, en particulier les restaurateurs et activités de services (menu, horaires d'ouvertures, ...), il a toutefois été autorisé « un dispositif sur l'un des murs latéraux de l'une des ouvertures [...] » pour ce type d'informations.*
- des règles de superficie afin de rester **dans des échelles cohérentes avec l'environnement urbain** de la commune :
 - hauteur limitée à 25% de la hauteur de l'ouverture notamment ;
 - dans le centre ancien, saillie réduite de 2 mètres (réglementation nationale) à 0,75 mètres pour les enseignes perpendiculaires en potences/drapeaux, (autres que professions règlementées qui bénéficient de dispositifs « types ») et dimensions réduites à 0,5 mètres de haut et de large. Ceci dans un objectif d'harmonisation et de cohérence d'échelle avec l'environnement urbain (en particulier le centre urbain).

- des règles de hauteur afin de rester dans des échelles cohérente avec la taille des ouvertures (dispositif en façade) ou du bâtiment (dispositif au sol) ;
- des règles de « centrage » des supports et des lettrages, afin d'assurer une harmonie d'ensemble avec l'alignement des ouvertures ;
- des règles de rapport largeur/longueur (exemple : au sol plus haute que large, ...) ;
- des règles de cohérence d'affichage entre le « recto » et le « verso » des dispositifs au sol (mêmes dimensions).

Afin de ne pas aller à l'encontre des possibilités de visibilité commerciale et donc d'affichage, il est précisé pour chacune de ces règles qu'elle ne s'applique pas « *en cas d'impossibilité technique justifiée* », règle qui permet toutefois de limiter les possibilités de dérogation pour favoriser leur application.

Des règles moins limitatives s'appliquent dans la zone de publicité ZP5, c'est à dire à la zone d'activités des Restraches, dont les bâtiments d'activités sont généralement plus importants en surface, ne présentant pas d'habitation au-dessus des rez-de-chaussée et dont l'échelle du bâtiment est parfois bien supérieure aux ouvertures principales. Ces caractéristiques nécessitent d'autoriser des enseignes de plus grande taille (tout en respectant les dispositions de la réglementation nationale).

Dans le centre ancien spécifiquement, des règles plus poussées ont été intégrées, secteurs où les enjeux d'harmonisation des enseignes avec la façade des bâtiments sont les plus forts, et en cohérence avec ce qui est appliqué par les services de la DRAC (périmètres monuments historiques) : **règle de couleurs et de tons, avec référence au nuancier de façades de la commune ; interdiction d'enseignes en bandeau sur mur pignon.**

LA QUESTION DE LA DENSITE ET DU NOMBRE D'ENSEIGNES PAR ETABLISSEMENT

L'objectif vise à limiter le nombre d'enseignes par bâtiment d'activités, dont le cumul engendre une « surcharge » visuelle pour la population, souvent non nécessaire à la visibilité de l'entreprise qui peut être pérennisée même avec un nombre de dispositifs plus limité.

Ainsi, il est décidé de trouver un compromis entre lisibilité et densité. Pour cela, il a été décidé de limiter par bâtiment à :

- une seule enseigne apposée à plat sur le mur (ou parallèlement) et une apposée en potence* ou drapeau*, lorsque la façade est d'une longueur inférieure ou égale à 10 mètres ;
- Deux enseignes apposées à plat sur le mur (ou parallèlement) et une apposée en potence ou drapeau, lorsque la façade est d'une longueur supérieure à 10 mètres ;
- Lorsque plusieurs façades sont visibles concomitamment depuis une voie, seule l'une des façades peut recevoir l'enseigne ;
- Une enseigne au sol, lorsque celle-ci est autorisée.

Afin d'assurer la possibilité d'affichage de type menus ou horaires d'ouvertures, un dispositif complémentaire est autorisés sur l'un des murs latéraux de l'une des ouvertures.

Ceci hormis les activités de café/tabac/presse qui bénéficient d'un certain nombre d'enseignes « officielles » (carotte du tabac/presse ; enseignes de bière, ...) et pour lesquelles il a été autorisé une enseigne supplémentaire.

A plat, ces règles s'appliquent quelques soit le type de façade (façade de bâtiment, murets, ...).

Des règles d'inter-distance entre dispositifs ont été définies pour assurer une répartition harmonieuse le long des longues façades.

De plus, considérant que le mélange de typographies joue un rôle dans la perception de diversité des dispositifs, un nombre maximal de typographies par activité et par bâtiment a été imposé.

DIMENSIONS

Afin de garantir l'expression publicitaire, aucune surface maximale n'a été imposée, hormis les dispositifs au sol. Les règles d'échelle au regard de la devanture commerciale restent celles imposées par la réglementation nationale.

Toutefois, comme expliqué dans les chapitre précédent, **afin d'éviter tout « remplissage » de l'ensemble des surfaces vitrées**, où le micro-affichage et les enseignes sont autorisés dans toutes les ZP, une règle de densité a été définie dans le centre ancien, au regard des échelles de perception des devantures commerciales (ruelle étroite, perception de proximité, ...): *« l'ensemble des dispositifs apposés sur surface vitrée* ne doit pas représenter au total plus de 25% de la surface vitrée* sur laquelle ils sont apposés »* et sans dépasser 1 m². Ceci tout en étant conforme à la surface maximum de 1/10^e de surface de la devanture commerciale.

De même, en ce qui concerne les dispositifs au sol, **afin de rester dans les échelles cohérentes avec l'environnement urbain de la commune**, la surface maximale est :

- Maintenu à 6 m² dans la zone d'activités des Restraches (réglementation nationale) et dans le cas d'enseignes regroupées sur un dispositif commun.
- Réduite à 2 m² sur le reste de la commune.

En ce qui concerne les dispositifs au mur, **afin de rester dans les échelles cohérentes avec l'environnement urbain de la commune**, la surface maximale est limitée, en dehors de la zone d'activités des Restraches, à 8m² (dans le respect toutefois des proportions de la réglementation nationale – 25% ou 50%). Ceci en cohérence avec le règlement local de publicité du Cagnet des Maures.

RAPPORT A LA VOIRIE

En ZP2, ZP3 et ZP4, l'implantation des dispositifs au sol le long des axes routiers fréquentés constitue un enjeu de perception visuelle important (pour les entreprises non visibles ou autres cas pour lesquels une implantation à proximité immédiate du bâtiment n'est pas imposée).

Ainsi, des règles ont été définies :

- Le long de la RN7 et du tronçon nord de la D97, l'espace public y étant limité - engendrant des possibilités d'implantation au sol très proche de la voie - un recul de 2,5 m est imposé, *tout en étant conforme aux prescriptions du Code de la route.*

Boulevard Gaudin, qui compte de larges trottoirs et dont l'implantation en limite de l'espace public permet déjà un large recul des dispositifs au sol, aucune règle n'a été nécessaire.

UNE VALORISATION DE LA ZONE D'ACTIVITES DES RESTRACHES

Afin de définir une identité visuelle spécifique à la zone, il a été décidé de privilégier les enseignes au sol de type totem.

COHERENCE AVEC LE RLP DU CANNET DES MAURES LE LONG DE LA RN7

Enseignes :

En cohérence, il est **imposé** sur ce tronçon :

- une surface maximale de 8m² pour les enseignes en façade
- une surface maximale de 2m² pour les enseignes au sol
- une enseigne au sol quel que soit la surface du dispositif
- un retrait de 2,5 m minimum de la limite du domaine public

En revanche, il a été décidé de ne pas autoriser automatiquement les enseignes au sol mais de les soumettre à conditions, afin de privilégier les dispositifs en façade.

De même, la Commune autorise jusqu'à 2 enseignes en façade lorsque celle-ci fait plus de 10 mètres de long, afin de permettre une lisibilité économique des entreprises. Aucune surface cumulée n'est définie, mais une hauteur maximale de 1m pour chaque dispositif.

Publicité/préenseignes :

En cohérence, les publicités et préenseignes sont interdites. La commune maintient toutefois le mobilier urbain et le micro-affichage.

LES MODALITES D'APPLICATION DU RLP EN VIGUEUR

Les délais de mise en conformité des enseignes, pré-enseignes et publicités régulièrement apposées avant l'entrée en vigueur du RLP sont :

- Maintenus à 2 ans pour les publicités et pré-enseignes, à compter de l'entrée en vigueur du RLP ;
- Réduits à 4 ans pour les enseignes à compter de l'entrée en vigueur du RLP, au regard de la volonté de la Commune de faire évoluer rapidement le paysage urbain.