



Monsieur Dominique LAIN
Maire du Luc-en-Provence
Vice-président du Conseil
Départemental du Var

Pôle Aménagement du Territoire
Service Urbanisme
Tél : 04.94.50.01.06
Mail : urbanisme@mairie-luc.fr

A

Monsieur le Président
Tribunal Administratif de Toulon
5, rue Racine
CS 40510
83041 TOULON CEDEX 9

Nos réf : DL/VB/NS/FR/FG N° 263
N° RAR : 2C 166 937 9292 4

Objet : Saisine du Tribunal Administratif pour désignation d'un commissaire enquêteur dans le cadre de l'enquête publique relative au projet de révision de Règlement Local de Publicité de la commune du Luc-en-Provence

Pièces jointes : - Note de présentation non technique du projet de révision du Règlement Local de Publicité arrêté par le Conseil Municipal en date du 13/03/2025 ;
- Note sur la concertation + Note sur l'avis des PPA et de la CDNPS.

Monsieur le Président,

Par délibération n°23/84 en date du 21/09/2023, le Conseil Municipal de la ville du Luc-en-Provence a prescrit la révision de son Règlement Local de Publicité afin notamment de définir un cadre réglementaire adapté tant aux évolutions législatives nationales qu'au contexte local et prenant en compte à la fois la préservation de la qualité paysagère, les espaces naturels, le cadre de vie des habitants et le besoin de visibilité des activités économiques.

Dans le cadre de cette procédure, j'ai l'honneur de vous informer que par délibération n°2025/17 en date du 13/03/2025, le Conseil Municipal de la commune du Luc-en-Provence a arrêté son projet de révision du Règlement Local de Publicité.

Conformément à l'article R. 123-5 du Code de l'Environnement, vous trouverez en pièce jointe, la note de présentation non technique du projet arrêté.

J'ai l'honneur de vous demander de bien vouloir procéder à la désignation d'un commissaire enquêteur en vue d'ordonner la mise à enquête publique de ce projet de révision du Règlement Local de Publicité.

Cette enquête publique pourrait débuter le 01/10/2025.

La présence au siège de l'enquête publique du commissaire enquêteur en vue de recevoir le public sera comme d'usage fixée en accord avec ce dernier.

Par ailleurs, compte tenu des avis parvenus en commune du Luc-en-Provence en application de l'article L. 153-16 du Code de l'Urbanisme, le commissaire enquêteur sera cordialement invité au siège de l'enquête publique en préalable à son ouverture afin d'échanger sur les enjeux et objectifs du projet proposé par la commune.

Pour votre information, le projet de révision arrêté en Conseil Municipal est également disponible en version numérique et téléchargeable à l'adresse suivante :

<https://www.mairie-luc.com/reglement-local-de-publicite/>

Dans l'attente de votre retour, je vous prie de croire, Monsieur le Président, en l'expression de mes sentiments distingués.

Pour le Maire,
L'Adjointe déléguée,

A blue circular official stamp of the Mairie du Luc (Var) is visible. The stamp features a central emblem with a crown and a star, surrounded by the text "MAIRIE DU LUC" and "(VAR)". A blue ink signature is written over the stamp.

Madame Véronique BOULANGER.

Objet : Enquête publique pour la révision du Règlement Local de Publicité de la ville du Luc-en-Provence

En révisant son Règlement local de publicité, la ville du Luc-en-Provence a souhaité réadapter les règles de la publicité extérieure (publicités, enseignes et pré-enseignes) afin qu'elles correspondent mieux au contexte du parc de dispositifs existants notamment en matière d'enseignes. En effet, le RLP 2017 met en place de nombreuses règles strictes sur l'ensemble du territoire y compris en zone d'activités. Les règles du RLP de 2017 ont un fort impact sur les enseignes existantes et complexifient la mise en application du règlement. La révision du RLP de 2017 va permettre de réadapter la réglementation des publicités, préenseignes et enseignes en apportant plus de souplesses sur le volet enseigne et en adaptant la réglementation selon les différents secteurs de la commune afin qu'elles correspondent mieux aux enjeux de ces derniers tout en assurant la préservation du patrimoine bâti et naturel de la commune dans le but de valoriser ses paysages et le cadre de vie de ses concitoyens.

Le règlement local de publicité de la ville du Luc-en-Provence s'est fixé par délibération du 21 septembre 2023, les objectifs suivants :

- Prendre en compte les évolutions du cadre législatif et réglementaire notamment la loi portant l'engagement national pour l'environnement (ENE) dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets dite « Loi climat et résilience » du 22 août 2021 ;
- Adapter le règlement local de publicité aux évolutions urbaines de la commune et notamment l'augmentation de la population, le développement des activités économiques aux Retraches et le long de la RDN7 ;
- Favoriser l'attractivité de la commune ;
- Veiller à l'aspect qualitatif et esthétique des entrées de ville du Luc-en-Provence notamment sur la route de Nice, la route de Brignoles et la route de Toulon ;
- Améliorer la qualité paysagère et l'intégration des dispositifs publicitaires et des enseignes notamment en zones d'activités et commerciales ;
- Améliorer la visibilité des commerces et participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale, industrielle de la commune tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire ;
- Agir sur la pollution lumineuse et la consommation d'énergie liées aux publicités, pré-enseignes et enseignes lumineuses notamment en prenant en considération les nouveautés technologiques comme les dispositifs numériques.

Afin de remplir ces objectifs, plusieurs orientations ont été débattues en conseil municipal en date du 26 juin 2024, à savoir :

Orientation 1 : Veiller à limiter l'impact paysager des publicités et préenseignes au niveau des entrées de ville et le long du boulevard Charles Gaudin

Orientation 2 : Préserver les secteurs résidentiels actuellement peu soumis à la pression publicitaire.

Orientation 3 : Réduire l'impact des dispositifs publicitaires et enseignes lumineux y compris numériques afin de réaliser des économies d'énergies et diminuer la pollution lumineuse.

Orientation 4 : Réadapter la réglementation des enseignes en tenant compte de la réalité du parc d'enseignes de la commune

Orientation 5 : encadrer spécifiquement les enseignes dans le centre-ville

Orientation 6 : Maîtriser le développement des enseignes dans la zone commerciale des Retraches et dans les zones d'activités tout en permettant la bonne visibilité des activités

Les caractéristiques principales du projet sont :

1) En matière de publicités et pré-enseignes

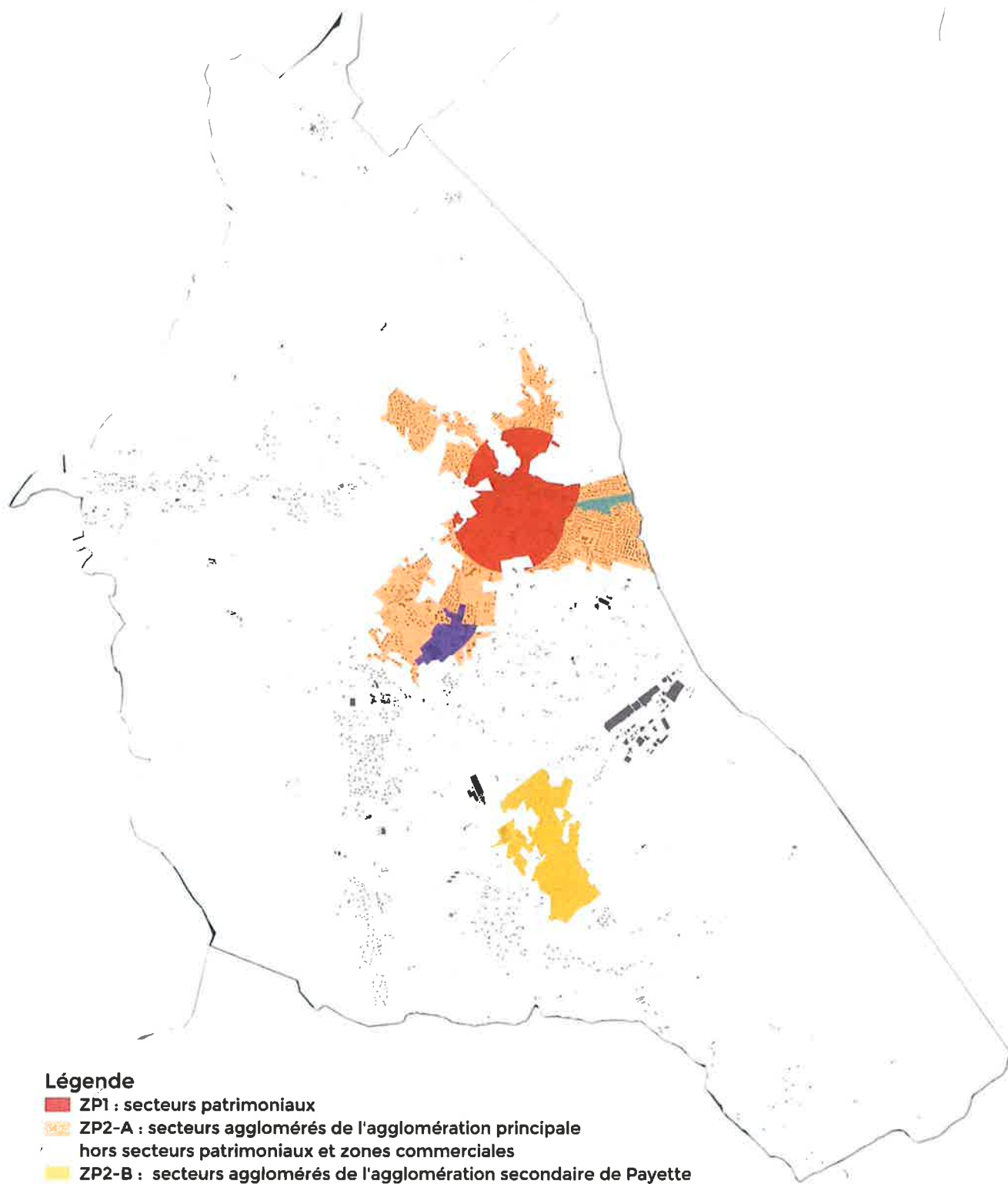
En matière de publicités et préenseignes, la commune a fait le choix de mettre en place 4 zones :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les secteurs agglomérés situés dans les périmètres aux abords des monuments historiques.
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les secteurs agglomérés hors ZP1 et hors zones commerciales. Elle se divise en deux sous-zones :
 - La ZP2-A couvre les secteurs agglomérés de l'agglomération principale du Luc-en-Provence hors ZP1 et zones commerciales.
 - La ZP2-B couvre les secteurs agglomérés de l'agglomération secondaire de Payette.
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre la partie de la zone commerciale des Liébauds ne se situant pas dans le périmètre aux abords des monuments historiques.
- La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre la zone commerciale des Retraches.

Ce zonage permet de tenir compte des protections patrimoniales présentes sur la commune en mettant en place une zone spécifique (ZP1) pour les périmètres aux abords des deux monuments historiques. Ce zonage permet également d'adapter la réglementation aux différents secteurs du territoire. A noter que la ZP2 est divisé en deux sous-secteurs afin de tenir compte de la réglementation nationale s'appliquant différemment dans l'agglomération secondaire de Payette (ZP2-B) par rapport au reste de l'agglomération principale. En effet, l'agglomération secondaire de Payette compte moins de 10 000 habitants, les règles nationales y sont donc plus strictes par rapport à l'agglomération principale qui compte plus de 10 000 habitants. La commune a fait le choix de traiter différemment la zone commerciale des Liébauds (ZP3) et la zone commerciale des Retraches (ZP4) en raison des différences de la configuration urbaine de ces deux zones. En effet, la zone commerciale des Liébauds est imbriqué dans le tissu urbain résidentiel et le retrait des bâtiments par rapport à la voie est assez limité. A l'inverse, la zone des Retraches se caractérise par une certaine isolation par rapport aux secteurs résidentiels et à la présence de bâtiments plus volumineux et plus éloignés de la voirie en raison de la présence de grands parkings autour des bâtiments.

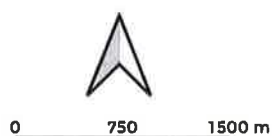
RLP Luc-en-Provence

Zonage de publicité



Légende

- ZP1 : secteurs patrimoniaux
- ZP2-A : secteurs agglomérés de l'agglomération principale
hors secteurs patrimoniaux et zones commerciales
- ZP2-B : secteurs agglomérés de l'agglomération secondaire de Payette
- ZP3 : zone commerciale des Liébads
- ZP4 : zone commerciale des Retraches



Réalisation : bureau d'études Copub Conseil

Sources : communes du Luc-en-Provence
(commune, parcelles, bâtis, zones d'activités), Atlas
du patrimoine (abords des monuments historiques),
Copub Conseil (agglomération)

Dispositions générales :

Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en raison du fort impact paysager qu'occasionnerait ce type de dispositifs. En effet, ces dispositifs ont vocation à être visible depuis des vues lointaines. Les publicités sur clôture aveugle sont également interdites comme cela est déjà le cas dans le RLP de 2017. Cela permet de limiter les implantations possibles de publicité et ainsi réduire la présence paysagère des dispositifs publicitaires.

Plage d'extinction des publicités lumineuses : Dans l'optique de réduire les nuisances lumineuses, la commune a fait le choix d'élargir la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses de 23h00 à 6h (contre 1 h-6h dans le code de l'environnement) dans les 4 zones de publicité. Cela permet également de réaliser des économies d'énergie.

Zone de publicité n°1 (ZP1) :

La zone de publicité n°1 est celle dans laquelle la publicité est la plus fortement limitée afin de tenir compte de l'aspect patrimonial de ce secteur. En effet, la ZP1 recouvre les deux périmètres de 500 mètres des monument historiques à savoir l'église paroissiale (ancienne chapelle des Carmes) et l'ancienne église Notre-Dame de Nazareth dont la tour octogonale est visible depuis de nombreuses vues paysagères. Le centre-ville du Luc est englobé dans la ZP1.

En ZP1, la publicité est seulement autorisée sur les mobiliers urbains notamment sur le mobilier urbain d'information locale ou générale (« sucette ») et les abris-bus. Le mobilier urbain d'information locale est autorisé avec une surface d'affiche de 8 m² et une hauteur au sol de 6 m. Les autres formes de publicité sur mobilier urbain sont autorisées dans les conditions prévues par le code de l'environnement. La publicité numérique sur mobilier urbain est également autorisée avec une surface réduite à 4 m². Les publicités scellées au sol et sur mur ou clôture sont donc interdites afin de tenir compte des enjeux de préservation paysagère et patrimoniale en lien avec la présence de monuments historiques et notamment de protéger les vues paysagères sur la tour octogonale.

Le but de ces choix permet un équilibre entre la protection du patrimoine et des paysages et les enjeux économiques et de communication de la commune. Ces dispositifs permettent à la commune de réaliser de la communication locale et générale dans le but de répondre aux besoins des administrés. L'autorisation de la publicité numérique sur mobilier urbain a également pour but d'améliorer la qualité paysagère en remplaçant l'utilisation de bâche apposée de manière anarchique par les associations par cet affichage numérique.

Zone de publicité n°2 (ZP2) :

La zone de publicité n°2 couvre les secteurs mixtes ou à dominantes résidentielles (hors ZP1) où il y a donc des enjeux importants en matière de préservation du cadre de vie. Les règles en ZP2 sont toutefois moins strictes qu'en ZP1 en raison de l'absence de protections patrimoniales dans cette zone. La ZP2 est divisée en deux sous-secteurs afin de tenir compte du cadre réglementaire imposé par le code de l'environnement différent entre les secteurs mixtes ou à dominante

résidentielle de l'agglomération principale du Luc comptant plus de 10 000 habitants (ZP2-A) et l'agglomération secondaire de Payette comptant moins de 10 000 habitants (ZP2-B).

La publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée dans les mêmes conditions qu'en ZP1 à savoir une surface d'affiche de 8 m² pour les mobiliers urbains d'informations locales ou générales (sucette) et la publicité numérique sur mobilier urbain est également autorisée avec une surface de 4 m². Toutefois, la ZP2-B (agglomération de Payette) est soumise à des règles plus strictes reprenant le cadre réglementaire s'imposant aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ainsi, en ZP2-B, la publicité sur mobilier urbain d'information locale est autorisée dans les conditions prévues par le code de l'environnement à savoir une limitation à une surface de 2 m² et une hauteur au sol de 3 m pour les mobiliers urbains d'informations locales ou générales (sucette) et l'interdiction de la publicité numérique sur mobilier urbain.

Les publicités scellées au sol ou installées au sol et sur mur aveugle sont autorisées avec une surface de 4,7 m² et une hauteur au sol de 6 m. A noter que les publicités scellées au sol ou installées au sol sont interdites en ZP2-B conformément au code de l'environnement. Ces limitations en surface permettent de n'autoriser que des dispositifs avec un format réduit permettant ainsi de limiter leur impact paysager. De plus le format 4,7 m² est le maximum imposé par le code de l'environnement dans l'agglomération de Payette permettant ainsi une harmonisation de la réglementation entre l'agglomération principale (ZP2-A) et l'agglomération secondaire de Payette (ZP2-B). La densité publicitaire est limitée à 1 publicité par unité foncière afin d'éviter une surenchère de publicités et notamment la pose de dispositifs publicitaires sur un même mur ou sur une même parcelle qui entraîne une augmentation de la présence paysagère des publicités notamment le long des principaux axes structurants comme le boulevard Charles Gaudin. La publicité numérique est interdite (sauf sur mobilier urbain en ZP2-A) afin de préserver les riverains des nuisances lumineuses occasionnées par ces dispositifs. A noter que la publicité numérique est déjà interdite par le code de l'environnement en ZP2-B.

Zone de publicité n°3 (ZP3) :

La zone de publicité n°3 couvre la zone commerciale des Liébauds. En matière de publicité et préenseigne, la zone commerciale des Liébauds est traitée de la même manière que la ZP2 en raison d'enjeux similaires du fait de la proximité d'habitations.

La publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée avec une surface d'affiche de 8 m² pour les mobiliers urbains d'informations locales ou générales (sucette) et la publicité numérique sur mobilier urbain est également autorisée avec une surface de 4 m².

Les publicités scellées au sol ou installées au sol et sur mur aveugle sont autorisées avec une surface de 4,7 m² et une hauteur au sol de 6 m. Ces limitations en surface permettent de n'autoriser que des dispositifs avec un format réduit permettant ainsi de limiter leur impact paysager. La densité publicitaire est limitée à 1 publicité par unité foncière afin d'éviter une surenchère de publicités et notamment la pose de dispositifs publicitaires sur un même mur ou sur une même parcelle qui entraîne une augmentation de la présence paysagère des publicités. La publicité numérique est interdite (sauf sur mobilier urbain) afin de préserver les riverains des nuisances lumineuses occasionnées par ces dispositifs.

Zone de publicité n°4 (ZP4) :

La zone de publicité n°4 couvre la zone commerciale des Retraches où la réglementation sera plus souple que sur le reste du territoire en raison d'impacts moindres sur le cadre de vie du fait de l'éloignement des habitations.

La publicité apposée sur mobilier urbain est autorisée avec une surface d'affiche de 8 m² pour les mobiliers urbains d'informations locales ou générales (sucette) et la publicité numérique sur mobilier urbain est également autorisée avec une surface de 4 m² au même titre que les autres zones.

Les publicités scellées au sol ou installées au sol et sur mur aveugle sont autorisées avec une surface de 4,7 m² et une hauteur au sol de 6 m au même titre que la ZP2 et la ZP3. Cela permet d'assurer une cohérence sur l'ensemble de la commune en autorisant que des dispositifs avec un format réduit mais également d'assurer une continuité avec le RLP de 2017 qui autorisait dans cette zone des publicités avec un format de 4 m². La commune a fait le choix de limiter la surface à 4,7 m² afin de tenir compte des évolutions législatives mises en place pour adapter le code de l'environnement aux standards des afficheurs¹. La densité publicitaire est limitée à 1 publicité par unité foncière afin d'éviter une surenchère de publicités et notamment la pose de dispositifs publicitaires sur un même mur ou sur une même parcelle qui entraîne une augmentation de la présence paysagère des publicités. La publicité numérique est autorisée avec une surface de 2 m² (sauf sur mobilier urbain). La commune a fait le choix de n'autoriser qu'un format réduit pour restreindre fortement les nuisances lumineuses des dispositifs numériques. De plus, pour éviter leur multiplication, la commune interdit les publicités numériques sur les unités foncières avec un linéaire inférieur à 80 mètres.

2) Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, 4 zones sont également instituées sur le territoire de la commune du Luc-en-Provence. Le zonage en matière d'enseignes suit la même logique que le zonage de publicité avec toutefois quelques différences :

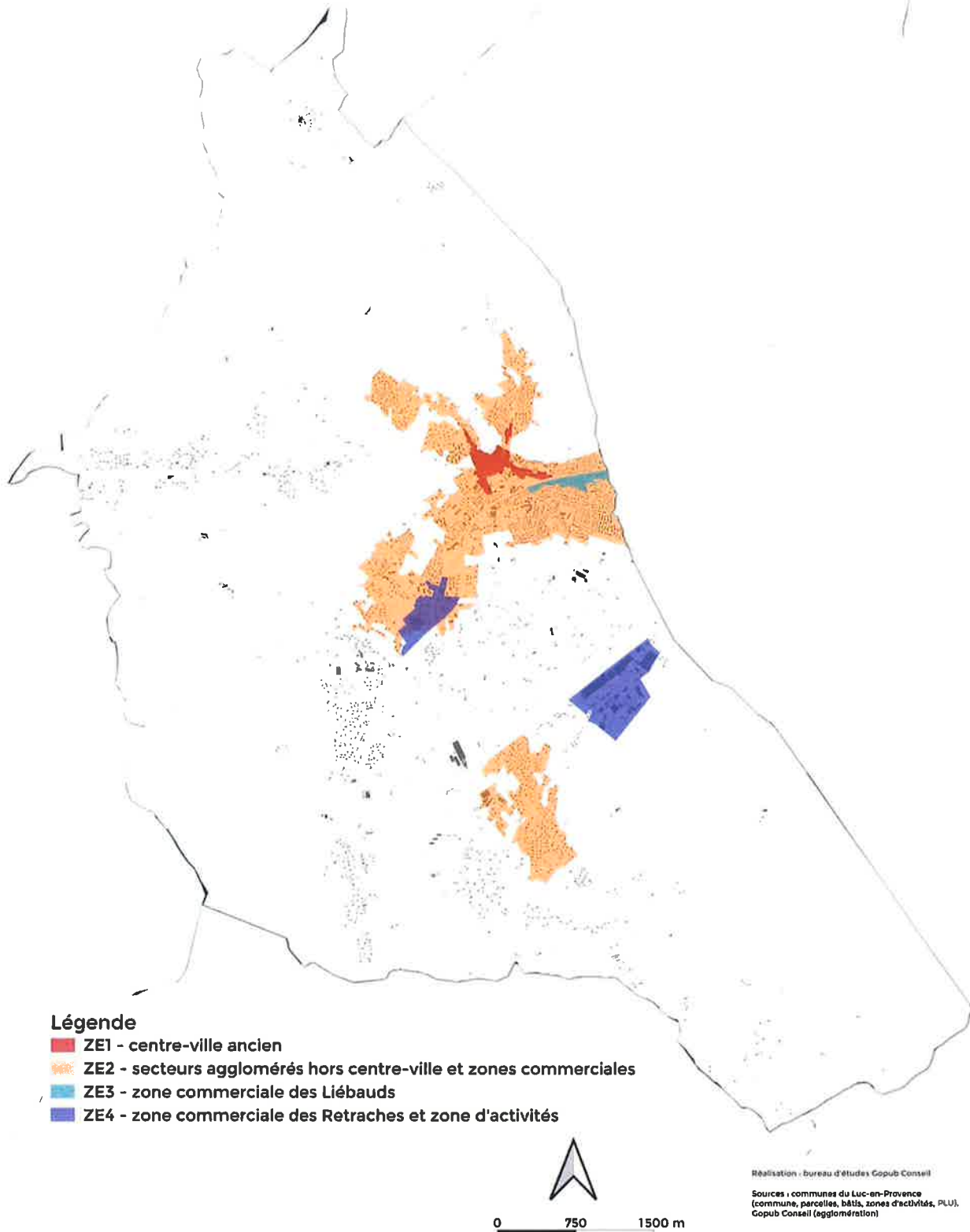
- La zone d'enseigne n°1 (ZE1) couvre le centre-ville ancien.
- La zone d'enseigne n°2 (ZE2) couvre les secteurs agglomérés hors ZE1 et hors zones commerciales.
- La zone d'enseigne n°3 (ZE3) couvre la zone commerciale des Liébauts.
- La zone d'enseigne n°4 (ZE4) couvre la zone commerciale des Retraches et la zone industrielle Lauves-Pardiguière.

La zone d'enseigne n°1 couvre le centre-ville ancien du Luc-en-Provence en se reprenant le zonage du PLU. Cela constitue un secteur homogène d'un point de vue architectural et un secteur de concentration de commerces. La zone d'enseigne n°2 s'inscrit dans la même logique que la ZP2 à savoir les secteurs mixtes ou à dominante résidentielle mais couvre une partie plus grande que la ZP2 à savoir les zones de la ZP1 qui ne sont pas situées dans le centre ancien. La zone d'enseigne n°3 couvre la zone commerciale des Liébauts. La zone d'enseigne n°4 couvre la zone commerciale des Retraches ainsi que la zone industrielle Lauves-Pardiguière située hors agglomération. Les

¹ Décret du 30 octobre 2023 passant la surface maximale autorisée dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants de 4 à 4,7 m².

enseignes dans les secteurs hors agglomération sont traitées par les règles de la ZE2 (sauf la zone industrielle).

RLP Luc-en-Provence Zonage d'enseigne



Dispositions générales :

Les enseignes sont interdites sur les arbres et plantations afin de préserver ces éléments naturels et d'harmoniser la réglementation avec les publicités et préenseignes (les publicités et préenseignes sont interdites par le code de l'environnement sur les arbres et les plantations). Sur l'ensemble du territoire communal, les enseignes sont également interdites sur les marquises et les garde-corps de balcon ou balconnet afin de préserver ces éléments architecturaux des façades et privilégier une pose de l'enseigne directement sur la façade.

Les enseignes sur façade ne doivent pas masquer les éléments architecturaux d'une façade comme une corniche ou un blason afin de préserver des éléments qui font l'authenticité de certaines façades.

Zone d'enseigne n°1 (ZE1) :

Afin de tenir compte des enjeux patrimoniaux et architecturaux, des règles locales plus strictes que sur le reste du territoire sont mises en place en zone d'enseigne n°1 (ZE1).

Les enseignes sur façade font l'objet de règles locales en ZE1. Les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur ne doivent pas dépasser l'appui des fenêtres du 1^{er} étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée. Pour les activités situées à l'étage, les enseignes ne doivent pas dépasser l'appui des fenêtres de l'étage supérieur. Cela permet de contenir la pose des enseignes à la façade commerciale de l'activité et limiter des implantations aux étages des façades sauf pour les activités s'exerçant à l'étage. Lorsqu'elles sont sur un store-banne, les enseignes sont autorisées uniquement sur le lambrequin afin de privilégier des enseignes discrètes et éviter des inscriptions sur la totalité du store. Les enseignes en vitrophanie extérieure ne doivent pas dépasser 25% de la surface de la vitrine afin d'éviter la pose d'autocollants imposants et peu esthétiques sur les vitrines. Cette règle était déjà mise en place par le RLP de 2017. Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une enseigne par façade d'une même activité (1 dispositif supplémentaire est autorisé pour les activités sous licence comme les bureaux de tabac) afin d'éviter leur multiplication pouvant amener une présence paysagère non négligeable. Les enseignes perpendiculaires sont limitées en dimensions à une hauteur de 0,50 mètre et à une saillie de 0,75 mètre afin de privilégier des dispositifs de petit format et une meilleure homogénéité des dispositifs. Ces limitations en dimensions des enseignes perpendiculaires reprennent celles mises en place par le RLP de 2017.

Les enseignes scellées ou installées directement sur le sol d'1 m² ou moins sont limitées à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Elles sont également limitées à une hauteur au sol de 1,5 m dans l'optique de privilégier des dispositifs avec un faible impact paysager comme les chevalets. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont interdites en raison de leur impact paysager. En ZE1, il est souhaité privilégier les enseignes sur façade s'adaptant mieux au cadre architectural du centre ancien.

Les enseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont également interdites en ZE1 afin de privilégier les enseignes sur façade.

Les enseignes numériques sont interdites car ne sont pas cohérentes avec les enjeux de préservation du cadre architectural, patrimonial et paysager du centre ancien. Une exception est

toutefois accordée pour les services d'urgence dont les pharmacies qui peuvent bénéficier d'enseigne numérique sous réserve qu'elle n'excède pas 1 m² et dans la limite d'un dispositif par établissement. Cela permet notamment d'autoriser les croix de pharmacie qui sont généralement numériques.

Zone d'enseigne n°2 (ZE2) :

La zone d'enseigne n°2 englobe les secteurs à dominante résidentielle ainsi que les secteurs hors agglomération. Les principaux enjeux de cette zone sont de préserver le cadre de vie des riverains et de permettre la bonne visibilité des activités présentes. La réglementation au sein de cette zone est articulée sur la recherche d'un équilibre entre ces deux enjeux.

Au sujet des enseignes parallèles au mur, hormis la règle d'implantation sur la façade sous l'appui des fenêtres du 1^{er} étage pour les activités s'exerçant uniquement en rez-de-chaussée et sous l'appui des fenêtres de l'étage supérieur pour les activités s'exerçant à l'étage, ce type d'enseignes ne fait pas l'objet de règles locales supplémentaires. Elles sont donc principalement soumises à la réglementation nationale et notamment la règle de surface cumulée des enseignes sur façade. Cette règle est jugée suffisante et permet de répondre de manière adaptée à la réalité de chaque façade selon le volume de cette dernière. Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par voie bordant l'activité permettant d'éviter la multiplication d'enseignes de ce type sur une même façade (un dispositif supplémentaire est autorisé pour les activités sous licence comme les bureaux de tabac). Des petites dimensions sont privilégiées pour ces enseignes afin d'assurer leur bonne intégration architecturale et tendre vers une harmonisation des dispositifs. Ces limitations sont toutefois plus souples qu'en ZE1 en raison d'enjeux architecturaux moindre en ZE2. Elles sont ainsi limitées à une saillie et à une hauteur d'1 mètre.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont limitées à une surface de 3 m² et une hauteur au sol de 4 mètres (ces limitations ne s'appliquent pas aux totems de station-service affichant les prix des carburants). Ces limitations permettent de privilégier des dispositifs avec un format réduit et avec un faible impact paysager tout en permettant aux établissements présents dans cette zone de pouvoir se signaler par ce biais. Lorsque plusieurs établissements s'exercent sur une même unité foncière, il est imposé que ces activités se signalent sur le même support scellé au sol ou installé directement sur le sol afin d'éviter la multiplication des enseignes de ce type sur une même unité foncière. Afin de tenir compte de la signalisation de plusieurs activités sur ce support, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol regroupant plusieurs enseignes sont autorisées avec une surface pouvant atteindre 6 m² et une hauteur au sol de 6,5 mètres. Lorsqu'elles mesurent 1 m² ou moins, les enseignes scellées ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Elles sont également limitées à une hauteur au sol de 4 mètres afin d'assurer une cohérence réglementaire entre les enseignes scellées ou installées au sol de plus ou de moins d'1 m². Pour rappel, lorsque ces enseignes mesurent plus d'1 m², elles sont déjà limitées à une par voie bordant l'activité par le code de l'environnement

Les enseignes sur clôture sont fortement encadrées afin d'assurer leur bonne intégration architecturale. Elles sont limitées en nombre à une par voie bordant une activité afin d'éviter une multiplication de ces dispositifs. Elles sont également limitées à une surface de 2 m² pour privilégier des dispositifs avec un format réduit et donc un impact paysager moindre. Enfin, dans l'optique de favoriser des dispositifs avec une bonne intégration architecturale, les enseignes sont interdites sur clôture non aveugle comme les grillages.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en raison de leur impact paysager et de la possibilité pour les activités de se signaler par d'autres biais sans altérer sa bonne visibilité (enseignes sur façade, scellées au sol, sur clôture).

Les enseignes numériques sont autorisées dans la limite d'un dispositif par établissement et d'une surface de 2 m² afin de privilégier des dispositifs de petit format afin de restreindre les nuisances lumineuses. Une exception est mise en place pour les totems de station-service affichant les prix des carburants qui ne sont pas limités à 2 m² et restent soumis aux dispositions du code de l'environnement afin de répondre aux obligations d'affichage imposées pour les prix des carburants. Dans la réserve naturelle de la Plaine des Maures (situées hors agglomération donc soumises aux règles de la ZE2), les enseignes numériques sont toutefois interdites afin d'assurer une cohérence avec les enjeux de préservation des paysages et de l'environnement de la réserve naturelle.

Zone d'enseigne n°3 (ZE3) :

La zone d'enseigne n°3 couvre la zone commerciale des Liébauds. En raison de son imbrication dans le tissu urbain, les règles mises en place sont légèrement plus strictes que dans la zone des Retraches (ZE4) tout en étant plus souple qu'en ZE2.

Au sujet des enseignes parallèles au mur, hormis la règle d'implantation sur la façade sous l'appui des fenêtres du 1^{er} étage pour les activités s'exerçant uniquement en rez-de-chaussée et sous l'appui des fenêtres de l'étage supérieur pour les activités s'exerçant à l'étage, ce type d'enseignes ne fait pas l'objet de règles locales supplémentaires. Elles sont donc principalement soumises à la réglementation nationale et notamment la règle de surface cumulée des enseignes sur façade. Cette règle est jugée suffisante et permet de répondre de manière adaptée à la réalité de chaque façade selon le volume de cette dernière. Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par voie bordant l'activité permettant d'éviter la multiplication d'enseignes de ce type sur une même façade (un dispositif supplémentaire est autorisé pour les activités sous licence comme les bureaux de tabac). Des petites dimensions sont privilégiées pour ces enseignes afin d'assurer leur bonne intégration architecturale et tendre vers une harmonisation des dispositifs. Elles sont ainsi limitées à une saillie et à une hauteur d'1 mètre.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont limitées à une surface de 4,5 m² et une hauteur au sol de 5 mètres (ces limitations ne s'appliquent pas aux totems de station-service affichant les prix des carburants). Ces limitations permettent de privilégier des dispositifs avec un format réduit et avec un faible impact paysager tout en permettant aux établissements présents dans cette zone de pouvoir se signaler par ce biais afin de mieux adapter la réglementation à ce secteur. Lorsque plusieurs établissements s'exercent sur une même unité foncière, il est imposé que ces activités se signalent sur le même support scellé au sol ou installé directement sur le sol afin d'éviter la multiplication des enseignes de ce type sur une même unité foncière. Afin de tenir compte de la signalisation de plusieurs activités sur ce support, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol regroupant plusieurs enseignes sont autorisées avec une surface pouvant atteindre 6 m² et une hauteur au sol de 6,5 mètres. Lorsqu'elles mesurent 1 m² ou moins, les enseignes scellées ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Elles sont

également limitées à une hauteur au sol de 5 mètres afin d'assurer une cohérence réglementaire entre les enseignes scellées ou installées au sol de plus ou de moins d'1 m². Pour rappel, lorsque ces enseignes mesurent plus d'1 m², elles sont déjà limitées à une par voie bordant l'activité par le code de l'environnement

Les enseignes sur clôture sont limitées en nombre à une par voie bordant une activité afin d'éviter une multiplication de ces dispositifs, le but étant d'éviter une surenchère trop importante de dispositifs pour une même activité. Elles sont également limitées à une surface de 2 m² pour privilégier des dispositifs avec un format réduit et donc un impact paysager moindre.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées sous réserve de ne pas excéder une surface cumulée de 10 m² ni une hauteur de plus d'1 mètre. Cela permet de maintenir une autorisation de cette forme d'enseigne présente dans ce secteur mais de privilégier des dispositifs de petit format avec un impact paysager réduit.

Les enseignes numériques sont autorisées dans la limite d'un dispositif par établissement et d'une surface de 2 m² afin de privilégier des dispositifs de petit format afin de restreindre les nuisances lumineuses. Une exception est mise en place pour les totems de station-service affichant les prix des carburants qui ne sont pas limités à 2 m² et restent soumis aux dispositions du code de l'environnement afin de répondre aux obligations d'affichage imposées pour les prix des carburants.

Zone d'enseigne n°4 (ZE4) :

La zone d'enseigne n°4 couvre la zone commerciale des Retraches et la zone industrielle Lauves-Pardiguière.

Les enseignes parallèles au mur sont uniquement soumises aux règles nationales en ZE4. Les règles nationales, dont la règle de surface cumulée des enseignes, sont jugées suffisantes et permettent de répondre de manière adaptée à la réalité de chaque façade selon le volume de cette dernière. Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par voie bordant l'activité permettant d'éviter la multiplication d'enseignes de ce type sur une même façade (un dispositif supplémentaire est autorisé pour les activités sous licence comme les bureaux de tabac). Des petites dimensions sont privilégiées pour ces enseignes afin tendre vers une harmonisation des dispositifs. Elles sont ainsi limitées à une saillie et à une hauteur d'1 mètre.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'1 m² sont limitées à une surface de 6 m² et une hauteur au sol de 6,5 mètres (ces limitations ne s'appliquent pas aux totems de station-service affichant les prix des carburants). Cette limitation en surface correspond au maximum imposé par le code de l'environnement dans la zone industrielle des Lauves-Pardiguières (6 m² pour les secteurs hors agglomération). Ce format permet une bonne visibilité pour les activités se trouvant en ZE4 dont la configuration urbanistique éloigne les bâtiments de la voirie tout en réduisant le format autorisé dans la zone des Retraches pour réduire l'impact paysager de ces enseignes. Lorsqu'elles mesurent 1 m² ou moins, les enseignes scellées ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Elles sont également limitées à une hauteur au sol de 6,5 mètres afin d'assurer une cohérence réglementaire entre les enseignes scellées ou installées au sol de plus ou de moins

d'1 m² comme dans les autres zones. Pour rappel, lorsque ces enseignes mesurent plus d'1 m², elles sont déjà limitées à une par voie bordant l'activité par le code de l'environnement.

Les enseignes sur clôture sont limitées en nombre à une par voie bordant une activité afin d'éviter une multiplication de ces dispositifs, le but étant d'éviter une surenchère trop importante de dispositifs pour une même activité. Elles sont également limitées à une surface de 2 m² pour privilégier des dispositifs avec un format réduit et donc un impact paysager moindre.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées sous réserve de ne pas excéder une surface cumulée d'10 m² ni une hauteur de plus de 2 mètres afin de limiter leur impact paysager et de privilégier la pose d'enseignes sur façade.

Les enseignes numériques sont autorisées dans la limite d'un dispositif par établissement et d'une surface de 2 m² afin de privilégier des dispositifs de petit format afin de restreindre les nuisances lumineuses. Une exception est mise en place pour les totems de station-service affichant les prix des carburants qui ne sont pas limités à 2 m² et restent soumis aux dispositions du code de l'environnement afin de répondre aux obligations d'affichage imposées pour les prix des carburants.

Plage d'extinction des enseignes lumineuses :

Afin d'assurer une cohérence, les enseignes lumineuses sont soumises à la même plage d'extinction que les publicités lumineuses à savoir 23h – 6h. A noter que cette plage d'extinction s'applique seulement aux activités qui ont cessé. Un établissement encore ouvert durant la plage d'extinction peut conserver ses enseignes lumineuses allumées jusqu'à une heure après la fermeture de l'activité et peut les allumer une heure avant l'ouverture.

Publicité et enseigne lumineuse à l'intérieur des vitrines :

La commune du Luc-en-Provence a saisi l'opportunité donnée par la loi climat et résilience du 22 août 2021 permettant aux collectivités d'encadrer les publicités et les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines dans le cadre de la mise en place d'un RLP. Cela concerne notamment les écrans numériques apposés à l'intérieur des vitrines en pleine expansion sur le territoire national y compris sur la commune du Luc-en-Provence. Ces dispositifs sont donc soumis à la même plage d'extinction nocturne que les autres publicités et enseignes lumineuses à savoir 23h – 6h (aucune plage d'extinction imposée par la réglementation nationale).

Afin de limiter la pollution lumineuse et l'impact sur le cadre de vie de ces dispositifs numériques, la commune souhaite restreindre les enseignes et publicités numériques à l'intérieur des vitrines à une surface cumulée d'1 m² en ZE1 et de 2 m² sur le reste de la commune.

3) Conclusion

La population, les professionnels de l'affichage, les associations de protection de l'environnement ainsi que les personnes publiques ont été associées à la révision du projet et ont pu exprimer leurs observations et propositions permettant ainsi de faire évoluer le projet désormais abouti et prêt à être soumis à enquête publique, dans le respect de la procédure fixée par le Code de l'Environnement.



Département du Var

Commune du LUC-EN-PROVENCE

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Bilan de concertation

Le document présente le bilan de concertation pour la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Le Luc-en-Provence. Voici un résumé des principaux points :

Objectifs de la concertation :

- Informer les habitants, commerçants, associations, et professionnels sur le projet de RLP.
- Sensibiliser la population aux enjeux du territoire.
- Faciliter l'expression citoyenne et co-construire le projet.

Modalités de mise en œuvre :

1. Information et sensibilisation :

- Création d'une page internet dédiée au RLP.
- Publication d'articles dans le magazine municipal.
- Utilisation de totems d'information, réseaux sociaux, et panneaux électroniques.
- Mise à disposition d'un dossier de concertation en mairie et en ligne.

2. Expression et échanges :

- Organisation de trois réunions :
 - **Réunion publique** (23 octobre 2024) : Présentation pédagogique pour les habitants et commerçants.
 - **Réunion avec les Personnes Publiques Associées (PPA)** (2 octobre 2024) : Échanges techniques.
 - **Réunion avec professionnels de l'affichage et associations environnementales** (23 octobre 2024).
- Adresse mail dédiée (rlp@mairie-leluc.fr) pour recueillir les contributions.

Bilan de la concertation :

1. Quantitatif :

- Faible participation : Moins de 10 personnes à la réunion publique, 5 contributions par mail, aucune sur le registre.

2. Qualitatif :

- Discussions sur le zonage, formats de publicités numériques, et enseignes.
- Modifications proposées : Réduction des formats publicitaires numériques, interdiction des enseignes numériques dans la réserve naturelle, et retrait des vieilles enseignes.

Points clés abordés :

- Définition de l'agglomération principale (10 468 habitants après ajustements).
- Zonage des publicités et préenseignes.
- Autorisation des préenseignes dérogatoires hors agglomération.
- Interdiction des enseignes numériques dans la réserve naturelle.

Contributions :

- Suggestions des PPA, DREAL PACA, et chambre d'agriculture.
- Modifications pour rendre le RLP plus applicable et adapté aux réalités locales.



Département du Var

Commune du LUC-EN-PROVENCE

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Avis des PPA et de la CDNPS

I. AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIÉES (PPA)

A. Avis du Département du Var (23/06/2025) :

Avis favorable sous réserve de la prise en compte des remarques suivantes :

1. **Mention des législations en vigueur** : Ajouter une mention précisant que le RLP ne se substitue pas aux autres législations et réglementations en vigueur, telles que le Code de la route, le Code de la voirie routière et le Règlement départemental de voirie.
2. **Autorisation pour dispositifs sur domaine public** : Préciser que toute implantation de dispositif sur domaine public doit faire l'objet d'une autorisation du gestionnaire du domaine public, notamment via une permission de voirie. L'accord du propriétaire ou gestionnaire doit être joint en annexe au dossier de déclaration préalable.
3. **Accessibilité** : L'implantation des dispositifs et du mobilier urbain doit respecter la réglementation relative à l'accessibilité des voiries et des espaces publics, notamment pour les personnes à mobilité réduite.
4. **Interdiction des dispositifs visibles des routes** : Inscrire dans la partie réglementaire l'interdiction des dispositifs visibles des routes, mentionnée dans le rapport de présentation (page 56).
5. **Dimension des enseignes** : Préciser que la dimension de la saillie des enseignes est indiquée sous réserve des dispositions du règlement départemental de voirie sur les routes départementales.
6. **Enseignes scellées au sol** : Indiquer que ces enseignes doivent être implantées sur propriété privée.
7. **Mise à jour de l'arrêté** : Corriger l'annexe du RLP pour mentionner l'arrêté en vigueur n°PM 71/2017, qui abroge l'arrêté n°PM 57/2017.
8. **Interdiction dans le secteur ZP2-B** : Confirmer que dans le secteur ZP2-B (agglomération secondaire de Payette), situé hors agglomération en bordure de la RD 33, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits conformément à l'article P2.2.

B. Avis de la Chambre d'Agriculture du Var (05/05/2025) :

Avis favorable.

II. AVIS DE LA COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE DES PAYSAGES ET DES SITES (CDNPS) – 21/05/2025

Le document relate la séance de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) du 21 mai 2025, concernant la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune du Luc-en-Provence.

Points principaux :

1. Présentation du projet :

- Le projet vise à simplifier et harmoniser les règles de publicité et d'enseignes, en réduisant les zones de 6 à 4 et en adaptant les normes pour plus de pragmatisme.
- Il prévoit des zones spécifiques pour la publicité (ZP1 à ZP4) et les enseignes (ZE1 à ZE4), avec des règles adaptées à chaque zone.

2. Modifications clés :

- Autorisation de la publicité numérique, auparavant interdite.
- Publicité sur mobilier urbain autorisée en ZP1, contrairement à l'ancien règlement.
- Assouplissement des règles pour les enseignes, notamment concernant les couleurs et dimensions.

3. Réactions et réserves :

- La DREAL et la DDTM ont émis des avis favorables, tout en soulignant des points de confusion dans le rapport.
- Des préoccupations ont été soulevées concernant les impacts sur le paysage, les monuments historiques, et les espèces protégées.

4. Conformité et mise en œuvre :

- Les dispositifs non conformes auront des délais de mise en conformité (6 ans pour les enseignes, 2 ans pour les publicités).
- La commune prévoit une phase de sensibilisation avant d'appliquer des mesures répressives.

5. Avis final :

- La CDNPS a approuvé à l'unanimité le projet de RLP.