DEPARTEMENT DU VAR

METROPLE TOULON PROVENCE MEDITERRANEE

COMMUNE DE SIX-FOURS-LES-PLAGES

ENQUETE PUBLIQUE RELATIVE

AU NOUVEAU PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

APPLICABLE SUR LE TERRITOIRE DE LA COMMUNE

DE SIX-FOURS-LES-PLAGES

du 29 août au 27 septembre inclus

Décision n° E18000030/83 du 2 mai 2018
Tribunal administratif de Toulon

Arrêté métropolitain n° AP 18/129 du 30 juillet 2018

Rapport d'enquête

SOMMAIRE

I. Généralités

1.1. Préambule ;
1.2. Objet de l'enquête et cadre juridique ;
1.3. Nature et caractéristiques du projet ;
1.4. Composition du dossier ;

II) Organisation et déroulement de l'enquête

2.1. Désignation du commissaire-enquêteur ;
2.2. Concertation préalable ;
2.3. Information effective du public :
2.4. Climat de l'enquête ;
2.5. Clôture de l'enquête et modalités de transfert du registre ;
2.6. Notification du P.V. de remise des observations et mémoire en réponse
2.7. Relation comptable des observations ;

III) Analyse des observations

3.1. Avis des personnes publiques associées,
3.2. Observations des particuliers

ANNEXES

I) Généralités

1.1. Préambule .

La publicité des enseignes et pré enseignes sur la commune de Six-Fours-Les-Plages est fixée par un règlement du 20 octobre 1998.
Or, la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979 ; la commune a donc engagé en 2016 la révision de son règlement pour le mettre en conformité avec les nouvelles règles.
Mais, au 1er janvier 2018, la Communauté d'Agglomération Toulon Provence Méditerranée dont faisait partie la Commune de Six-Fours-Les-Plages a été transformée en Métropole (MTPM), ce qui a eu pour effet de transférer à celle ci la compétence en matière d'élaboration et d'évolution des documents d'urbanisme et autres documents en tenant lieu, dont les règlements locaux de publicité (RLP).
Par délibérations du Conseil Métropolitain N°18/02/23 du 13 février 2018 et du Conseil Municipal N°15198 du 22 février 2018, la poursuite et l'achèvement par la Métropole TPM de la procédure de révision du RLP engagée par la Commune ont été décidés.

1.2. Objet de l'enquête et cadre juridique .

L'enquête a pour objet la révision du RLP pour le conformer aux prescriptions de la loi ENE sus citée.
En effet, 1 L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun à le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des pré enseignes. C'est pourquoi la réglementation de la publicité, des enseignes et pré enseignes vise à concilier liberté d'expression1 et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.
Or, la loi ENE a intégralement refondée les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Après son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

1.3. Nature et caractéristiques du projet .

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les pré enseignes, telles que définies par le code de l'environnement.
Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le projet vient restreindre les dispositions nationales applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré enseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Il définit ainsi trois zones de publicité sur le territoire communal, pour chacune desquelles il réglemente les dispositions applicables aux publicités et aux pré enseignes, aux enseignes et aux enseignes temporaires.

1.4. Composition du dossier.

Conformément à l'article R.123-8 du code de l'environnement, le dossier de révision du RLP comprend :

- Le règlement du 20 octobre 1998 relatif à la publicité, aux enseignes et pré enseignes.
- Une note de présentation.
- Une note afférente à l'enquête publique.
- Le dossier de concertation regroupant l'avis des personnes publiques associées (PPA), la participation du public, l'information et l'avis des PPA, le projet arrêté.
- Les pièces administratives.
- La publicité de l'enquête publique elle même.

A la demande du commissaire enquêteur, ont été rajoutées, au fur et à mesure, :

- Les parutions dans la presse des annonces légales,
- les observations du public, reçues par courriers, courriels ou remises en mairie pendant ou hors permanences.

Les principaux éléments de ce dossier pouvaient également être consultés et téléchargés sur le site internet de la mairie.

A la lecture et étude du dossier, le commissaire enquêteur a relevé de nombreuse fautes d'orthographe, inexactitudes ou erreurs pointées dans les différentes parties, notamment bilan de la concertation et rapport de présentation ; dans le premier, il y a page 11 mélange entre les sociétés UPE et Decaux, les observations de celle ci ayant été portées au lieu de celles de l'UPE.

Alerté sur ces erreurs, le service a fait valoir que le cabinet rédacteur se situant en Bretagne les corrections ne pouvaient être effectuées instantanément, d'autant que le dossier ayant été approuvé en l'état par le conseil municipal ne pourrait être corrigé qu'à la suite du rapport d'enquête.

II) Organisation et déroulement de l' enquête

2.1. Désignation du commissaire-enquêteur.

Par décision n° E18000030/83 du 2 mai 2018, le président du tribunal administratif de Toulon a désigné M. Arnaud d'ESCRIVAN en qualité de commissaire enquêteur en vue de procéder à « une enquête publique préalable à l'élaboration d'un nouveau règlement local de publicité en révision du règlement relatif à la publicité, aux enseignes et pré enseignes actuel ».

2.2. Concertation préalable.

Une première prise de contact avec la mairie le 16 mai 2018 a permis au commissaire enquêteur d'appendre que l'intégration de la commune dans la métropole « Toulon-Provence-Méditerrané » (TPM) conduisait à la signature de l'arrêté d'ouverture par le président de celle ci, retardant ainsi de deux mois l'exécution de l'enquête.

Cette entrevue lui a néanmoins donné l'occasion d'obtenir un dossier provisoire.
Des échanges par téléphone et courriel pendant ce délai ont été mis à profit pour travailler avec la mairie à la finalisation de l'arrêté, signé le 30 juillet 2018.

Celui ci publié, il s'est de nouveau rendu à la mairie pour prendre le dossier définitif qu'il a ainsi pu étudier et parapher et en demander ensuite, le 27 août, des ajustements et corrections. (cf. infra).

2.3.Information effective du public.

Conformément aux articles L103-3 et L103-4 du code de l'urbanisme, le conseil municipal (C.M.) a défini les modalités de la concertation publique dans sa délibération du 26 septembre 2016 prescrivant l'élaboration d'un nouveau RLP.
Celle ci a été ponctuée, notamment, par :

- Mise à disposition du public et des personnes concernées d'un registre d'observations, ainsi que d'un site internet permettant également de formuler observations et propositions.
- Une réunion publique qui s'est tenue à Six Fours les plages, salle Scarantino, le 1 er février 2017

Les résultats de la consultation ont fait l'objet d'un bilan, qui a été approuvé en conseil municipal et annexé au P.V. de séance du 28 juin 2017.

Le dossier complet de la révision a ensuite été mis en ligne, à la disposition du public, sur le site internet de la mairie.

Conformément à l'arrêté métropolitain du 30 juillet 2018, l'avis d'enquête a été publié par la municipalité dans les journaux **Var Matin** et **La Marseillaise,** respectivement le 13 et le 10 août 2018.
Il a fait l'objet d'une nouvelle publication dans les mêmes journaux, respectivement le 30 août et le 3 septembre 2018.

Comme attesté par certificats de M. le maire et de M. le président de la Métropole, il a été affiché, dans les lieux habituels de la commune et à l'hôtel de la Métropole, du 13 aout au 27 septembre inclus.

Les permanences ont été tenues dans les locaux des services techniques de la mairie aux jours et heures fixées par l'arrêté municipal, à savoir :

- mercredi 29 août de 9 h à 12 h,
- samedi 8 septembre de 9 h à 12 h,
- lundi 17 septembre de 14 h à 17 h,
- jeudi 27 septembre de 14 h à 17 h.

En dehors des permanences, le dossier a été accessible au public pendant les heures normales d'ouvertures de la mairie, du 29 août matin au 27 septembre 2018 après midi inclus.
Il était également consultable sur le site internet de la ville : www.ville-six-fours.fr/, rubrique « ville pratique.

2.4. Climat de l'enquête.

Il n'y eu pendant la durée de l'enquête ni visiteurs lors des permanences, ni observations sur le registre en dehors de celles ci. On peut donc en déduire que le public ne se sent pas concerné individuellement par une enquête sur un tel sujet. Peut être aurait il fallu se limiter à une ou deux permanences pour limiter les frais d'enquête.
Les seules observations formulées pendant l'enquête l'ont été par des courriers tardifs (25 septembre) de publicitaires qui s'étaient déjà exprimés pendant la concertation mais n'ont pas jugé utile de rencontrer le commissaire enquêteur.

Le personnel de la mairie, notamment les agents de la Direction Affaires Foncières/Publicité, ont répondu avec disponibilité et efficacité aux demandes du commissaire enquêteur.
A noter, toutefois, que les conditions d'accueil éventuel du public n'auraient pas été adaptées si de nombreux visiteurs s'étaient présentés, bureau ne permettant de recevoir qu'une personne à la fois et pas de local d'attente pour les autres visiteurs ; heureusement, tel n'a pas été le cas.

Difficultés rencontrées pour l'enquête :

Les difficultés, ou plutôt les complications du déroulement de cette enquête, ont été la conséquence directe de l'intégration de la commune de Six Fours les Plages à la métropole TPM, le 1 er janvier 2018. En effet, il a fallu transférer la procédure à cette dernière, ce qui a occasionné plusieurs retards. Tout d'abord, le commissaire enquêteur désigné initialement au profit de la commune a dû être dessaisi et TPM a été contraint de demander une nouvelle désignation au T.A. ; c'est ainsi que j'ai été sollicité pour conduire l'enquête avant les vacances d'été, mais lorsque j'ai pris contact avec la mairie, le projet d'arrêté préparé n'a pu être soumis à temps à la signature de la métropole pour respecter le délai de publication avant la date prévue d'ouverture de l'enquête, conduisant à un nouveau décalage de celle ci de deux mois, pour la décorréler des vacances. In fine, il y a eu 9 mois de décalage, et, par voie de conséquence, plus d'un an entre le bilan de la concertation et l'ouverture de l'enquête elle même. Ces retards successifs sont ils à l'origine de l'absence de participation du public à l'enquête, on ne saurait l'affirmer, mais il n'est pas exclu qu'il y aient participé.
Une seconde conséquence moindre, est la décision de confier la clôture de l'enquête au président de TPM, qui aurait pu retarder la remise du dossier au commissaire enquêteur et, par voie de conséquence, la rédaction du rapport, mais les dispositions ont été prises par le service municipal pour que ce ne soit pas le cas.

2.5. Clôture de l'enquête et modalités de transfert des registres :

A la fin de l'enquête, comme stipulé par l'arrêté métropolitain, le registre a été clôturé et signé par le président de la métropole, avant d'être remis, le lendemain, au commissaire enquêteur pour établir son rapport, avec lequel il les transmettra au commanditaire.

2.6. Notification du procès-verbal des observations et mémoire en réponse.

Les seules observations étant deux courriers arrivés en toute fin d'enquête, dont j'ai demandé au service de prendre copie pour préparer sa réponse sans attendre ; il n'y a donc pas eu lieu d'établir de synthèse, ni de procès verbal de remise de celle ci.
La réponse élaborée par la mairie m'a été adressée le 5 octobre.

2.7. Relation comptable des observations.

Comme indiqué supra, Les seules observations au cours de l'enquête figuraient dans deux courriers, l'un de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), l'uatre de la société JC DECAUX, tous deux datés du 25 septembre, et reçus repsectivement les 26 et 27 du même mois.

III)Analyse des observations

3.1. Observations des personnes publiques associées (PPA)

Les personnes publiques associées sollicitées lors de la concertation, section régionale de la conchyliculture, SCOT Provence Méditerranée, Chambre des métiers et de l'artisanat, Conseil départemental, Conseil régional, Chambre d'agriculture, Chambre de commerce et d'industrie, Communauté d'agglomération TPM, Préfecture du Var, Parc national de Port Cros, se sont alors exprimées, et la commune a décidé de prendre en compte les remarques suivantes :

- Les coloris du bardage pour les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol lorsqu'une des faces n'est pas exploitée seront précisés de la manière suivante : « Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol comportant une seule face d'affichage doivent recevoir un bardage s'intégrant au paysage et dissimulant la face non exploitée. »
- Concernant l'interdiction de publicité autour des giratoires, la commune modifiera les articles 4 et 12 de la partie réglementaire du RLP de son projet, afin d'y intégrer cette prescription conformément à son ancien RLP.

Elles n'ont donc pas été sollicitées de nouveau, et ne se sont pas exprimées pendant l'enquête, ce qui tend à prouver que satisfaction leur a été donnée.

3.2. Observations des particuliers :

Comme les PPA, professionnels de la publicité, commerçants et particuliers ont été sollicités lors de la concertation.
Seules les sociétés d'afficheur J.C. Decaux (qui a doublé ses observations par courrier) et Pisoni et deux commerçants étaient présents à la réunion publique de février 2017, à l'issue de laquelle la commune a décidé de prendre en compte les remarques suivantes :

- La rédaction des articles relatifs au mobilier urbain aux articles 11, 17 et 19 de la partie réglementaire du RLP sera précisée conformément aux articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement.
- Concernant la surface des dispositifs publicitaires, le rapport de présentation sera modifié, dans la partie justification des choix, et précisera que la surface maximale correspond à l'ensemble du dispositif, conformément à l'interprétation du Conseil d'État.

De même, suite à un courrier du 13 février 2017 de la Société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France, les remarques de cette association concernant chevalets et kakémonos et celle sur la hauteur des enseignes perpendiculaires seront prises en compte par une modification des documents du projet.

Pendant l'enquête elle même, en dépit des suites positives données par la collectivité aux remarques formulées lors de la concertation, l'Union de la Publicité extérieure (UPE) et la société Decaux se sont à nouveaux exprimées, en toute fin d'enquête, par des courriers, joints en annexes, datés du 25 septembre et recus à la mairie respectivement les 26 et 27.

L'UPE soumet des propositions pour « améliorer les équilibres du projet et concilier objectifs de protection du cadre de vie et dynamisme économique et commercial des acteurs locaux ». Il s'agit, :

- d'augmenter le format maximal, encadrement inclus, de 8 à 10,5 m2, pour conserver le format standardisé d'affichage de « 8m2 »,
- de réduire de 50 à 25 mètres la distance d'interdiction de publicité aux approches de giratoires,
- d'autoriser expressément en ZP1 et ZP2 les publicités lumineuses éclairées par projection ou transparence scellées au sol ou installées directement sur le sol.
- d'assouplir la règle de densité qui fixe à 50 mètres le minimum linéaire pour installer un dispositif,
- de retirer ce qui concerne les bâches publicitaires, dont toute implantation est soumise à autorisation préalable,
- d'apporter quelques rectifications ou précisions dans le lexique annexé au RLP.

La Métropole, dans son texte annexé, répond en détail point par point à ces différentes demandes .

- En matière de format, il convient de se baser exclusivement sur le Code de l'environnement et la jurisprudence ; or, par exemple, le Code de l'environnement prévoit que les publicités numériques ne puissent excéder 8 mètres carrés (art. R.581-41 C. env.). Par ailleurs, la précision faite dans le rapport de présentation permet de faire évoluer la réglementation locale ; ainsi, en cas de précision réglementaire dans le futur, le RLP pourra tout à fait s'adapter sans mettre en cause juridiquement le projet et l'activité des sociétés d'affichage.

Commentaire C.E. : La demande de l'UPE est à caractère essentiellement économique pour ne pas modifier ses propres formats ; déjà la réduction qu'elle propose du format hors tout entrainerait des frais vraisemblablement très supérieurs à ceux de la diminution de taille des affiches, et les frais étant probablement répercutés sur ses clients annonceurs, D'autre part, ainsi qu'elle le note elle même sous son photomontage, la diminution demandée n'aura pas d'impact sur l'émergence visuelle la publicité.

- La distance d'interdiction de publicité de 50 mètres autour des giratoires, actuellement inscrite dans le projet, est issue de l'ancien RLP de Six-Fours-les-Plages. Le maintien de cette disposition permet donc de pérenniser l'action de l'ancien RLP et de maintenir l'état de l'existant.

- La Métropole complétera les premiers alinéas de l'article 6 du Titre 2 et de l'article 14 du Titre 3 du Règlement afin de tenir compte de cette remarque, tel que : « Les dispositifs publicitaires **lumineux ou** non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 8 mètres carrés. ».

- La Métropole souhaite maintenir l'obligation de disposer d'une longueur minimum de 50 mètres de linéaire bordant la voie publique pour que puisse être installé un dispositif publicitaire ; en effet, la réglementation nationale impliquant que chaque unité foncière puisse accueillir un dispositif publicitaire quelque soit la longueur de son linéaire bordant la voie publique semble excessive dans son cas. Toutefois, comme souhaité par l'intervenant, la Métropole fera mention de l'arrêt de la CAA de Nancy dans le rapport de présentation (Partie I Chap. 4.a. §« Densité »).

Commentaire C.E. : L'intérêt du RLP est bien d'adapter le règlement national aux particularités locales, notamment dans un sens plus protecteur de l'environnement.

- La Métropole souhaite donc maintenir l'interdiction des bâches publicitaires en ZP2 et la limitation à 4m² de leur surface en ZP1. En effet, d'une part l'art. R.581-76 permet, dans le cadre d'un RLP, de fixer des règles locales plus restrictives que ce que permet le code de l'environnement et, d'autre part, la réduction de surface ne reviendrait pas à interdire ces dispositifs dans les conditions d'implantation spécifiées.
- S'agissant de précisions ou corrections du lexiques demandées, la Métropole remplacera le mot « ajouré » par le terme « ne comportant pas des ouvertures ou percements » dans la définition de « clôture aveugle » et « mur aveugle » , et suivra les propositions de l'UPE afin de compléter la définition de la notion de palissade de chantier.

La société JCDecaux, sur la forme, approuve le traitement distinct du mobilier urbain, en demandant toutefois que ce soit expressément précisé.

En revanche sur le fond, elle s'inquiète de :

- l'absence de levée d'interdiction en abord de monuments historiques, et propose en conséquence de modifier le dernier alinéa des art. 11, 17 et 19 du projet de RLP,
- la limitation à 2 m2 de la surface de publicité sur le mobilier urbain, et propose d'autoriser expressément le mobilier urbain, en y supprimant toute contrainte de surface d'affichage, ou, à défaut, des mofidications équivalentes des articles 11, 17 et 19,
- l'interdiction de publicité à moins de 50 m. des giratoires, et propose d'exempter le mobilier urbain de cette limitation,
- l'interdiction du publicité numérique en ZP2, dont elle souhaite faire préciser qu'elle ne concerne pas le mobilier urbain, rappelle que l'installation de publicité numérique est soumise à autorisation préalable du maire au cas par cas, et demande donc « d'autoriser expressément le mobilier urbain, y/c numérique dans l'ensemble des zones.

La Métropole répond également point par point .

Sur la forme, dans un souci de compréhension du document, elle peut ajouter un article préliminaire dans son règlement, à l'article 2 du Titre I, énonçant que : « La publicité sur le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions législatives ou réglementaires ».

Sur le fond :

- La Métropole a souhaité entériner un état de fait sur les abords des monuments historiques du territoire de la commune, d'autant que la levée de l'interdiction autorisée par le Code de l'environnement n'est qu'une possibilité laissé à la discrétion des collectivités. En l'espèce, elle ne souhaite donc pas réintroduire la publicité apposée sur mobilier urbain dans ces secteurs.

- Le format proposé par la collectivité est un format tout à fait légal déjà imposé par le Code de l'environnement dans certains cas. Par ailleurs, cette réduction du format des publicités apposées sur mobilier urbain ne concerne que celui destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques. A ce titre, les abris bus restent soumis à la réglementation nationale qui limite déjà leur surface à 2 mètres carrés sauf exception. En outre, la collectivité reprend ici les dispositions de l'ancien RLP et ne souhaite pas augmenter la surface de ces dispositifs.

- Afin de ne pas mettre en péril les dispositifs existants, la Métropole pourra effectivement compléter les articles 4 et 12 du projet de Règlement comme suit : « *[...]* ***Exceptée celle apposée sur mobilier urbain type abris-bus****, la publicité est interdite sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires. [...]* ».

- la Métropole ne souhaite pas autoriser la publicité numérique même sur le mobilier urbain.

Commentaires C.E. : Dont acte.

Toulon, le 24 octobre 2018

Le commissaire enquêteur

Arnaud d'Escrivan

ANNEXES

Liste des personnes publiques associées consultées pendant la concertation.

Lettres de la chambre d'agriculture du Var des 16/01 et 16/02/2017.

Lettre du Parc National de Port-Cros du 18 janvier 2017.

Lettre de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur du 10/02/2017

Réponse de la mairie aux courriers de l'UPE et JC Decaux.

Liste des personnes publiques associées consultées pendant la concertation.

Monsieur le Président de la section régionale de la Conchyliculture.

Monsieur le Président du Syndicat mixte du SCOT Provence Méditerranée.

Monsieur le Président de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat du Var.

Monsieur le Président du Consei Départemental du Var.

Monsieur le Président du Conseil Régional PACA.

Monsieur le Président de la Chambre d'Agriculture du VAR.

Monsieur le Président de la Chambre du Commerce et de l'Industrie du VAR.

Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération TPM.

Madame la Présidente du Parc National de Port-Cros.

Monsieur le Préfet du Var

AGRICULTURES & TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE VAR

S. Foucher
S. Rub

DIRECTION GENERALE
3/02/2017
N° 131

Draguignan, le 16/01/2017

Monsieur le Maire
Hôtel de Ville
BP97
83183 SIX FOURS LES PLAGES

Service : FAT
Dossier suivi par : FANNY ALIBERT
Nos Réf : AB/EA/FA/FA/MA
Visa Responsable du Service :
Visa Direction :

Objet : Révision Règlement Local de Publicité

Monsieur le Maire,

Nous avons bien reçu votre courrier nous invitant à participer à la réunion des Personnes Publiques Associées qui aura lieu le mercredi 1er février 2017 à 15h30.

Malheureusement, retenus par des engagements, il ne nous sera pas possible d'y participer, et nous vous prions de bien vouloir nous en excuser.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Alain BACCINO
Président de la Chambre d'Agriculture du Var

Siège Social
11, rue Pierre Clément - CS 40203
83006 DRAGUIGNAN Cedex
Tél. : 04 94 50 54 50
Fax : 04 94 50 54 51
Mél : contact@var.chambagri.fr

Antenne de VIDAUBAN
70, avenue du Président Wilson
83550 VIDAUBAN
Tél. : 04 94 99 74 00
Fax : 04 94 99 73 99
Mél : vidauban@var.chambagri.fr

Antenne de HYERES
727, avenue Alfred Décugis
83400 HYERES
Tél. : 04 94 12 32 82
Fax : 04 94 12 32 80
Mél : hyeres@var.chambagri.fr

www.ca83.fr

Foncier/Pub
Avis membre
Associé.

AGRICULTURES & TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE
VAR

DIRECTION GENERALE DES SERVICES TECHNIQUES
Arrivé le 1 MARS 2017
N° 271

Draguignan, le 16/02/2017

SERVICE FONCIER
Arrivé le 2 MARS 2017
N° 92

Monsieur le Maire
Hôtel de Ville
BP97
83183 SIX FOURS LES PLAGES

Service : FAT
Dossier suivi par : Fanny ALIBERT
Nos Réf : AB/EA/FA/MA
Visa Responsable du Service :
Visa Direction :

Objet : Révision Règlement Local de Publicité

Monsieur le Maire,

Après étude du projet de révision du Règlement Local de Publicité, nous souhaitons porter à votre attention une observation.

En effet, le RLP prévoit différentes zones de publicité. La zone de publicité n°3 couvre les secteurs sensibles agglomérés (une partie du Littoral, iles des Embiez, de la D63 entre la limite de l'agglomération de la Seyne sur Mer jusqu'au chemin de la Pertuade). La règlementation de la zone est très stricte au regard des enjeux des sites concernés.
Toutefois, cette zone comprend une exploitation agricole commercialisant ses productions en circuits courts. L'enjeu de la signalétique est donc important pour la viabilité de cette exploitation. Aussi, nous portons à votre attention cette particularité pour une prise en compte dans votre RLP.

Restant à votre disposition pour toutes précisions,

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Alain BACCINO
Président de la Chambre d'Agriculture du Var

Siège Social
11, rue Pierre Clément - CS 40203
83006 DRAGUIGNAN Cedex
Tél. : 04 94 50 54 50
Fax : 04 94 50 54 51
Mél : contact@var.chambagri.fr

Antenne de VIDAUBAN
70, avenue du Président Wilson
83550 VIDAUBAN
Tél. : 04 94 99 74 00
Fax : 04 94 99 73 99
Mél : vidauban@var.chambagri.fr

Antenne de HYERES
727, avenue Alfred Décugis
83400 HYERES
Tél. : 04 94 12 32 82
Fax : 04 94 12 32 80
Mél : hyeres@var.chambagri.fr

www.ca83.fr

Parc national
de Port-Cros

S. Foucher
S. Rub

DIRECTION GENERALE
DES SERVICES TECHNIQUES
Arrivé le : 31/01/2017
N° 115

Objet
Révision RLP

M. le député-maire de Six-Fours-les-plages
Hôtel de ville
BP 97
83183 SIX FOURS LES PLAGES

Suivi par
Laurence BONNAMY
04.94.12.89.13
laurence.bonnamy@portcros-parcnational.fr
Réf. FV/LB/MA/51

Date
Hyères, le 18 janvier 2017

Monsieur le député-maire,

Par courrier du 11 janvier 2017, vous avez bien voulu m'informer de la révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Six-Fours-les-plages et de la tenue d'une réunion des personnes publiques associées le 1er février 2017.

Je tenais à vous préciser que l'établissement n'est pas concerné du fait que votre commune ne fait pas partie du périmètre du parc national de Port-Cros.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le député-maire, l'expression de mes salutations distinguées.

La Directrice par intérim,

Florence VERDIER

Ville de Six-Fours les Plages
Service Courrier
Arrivée le
30 JAN. 2017
N° 190

S. Foncier
S. Pub

RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Le Président

SERVICE FONCIER
Arrivé le 17 MAR 2017
N° 127

DIRECTION GÉNÉRALE
DES SERVICES TECHNIQUES
Arrivé le 16 MARS 2017
N° 366

Un
F. Robert

Monsieur Jean-Sébastien VIALATTE
Député-Maire de Six-Fours-Les-Plages
Vice-Président de la Communauté
d'Agglomération Toulon Provence
Méditerranée
Hôtel de Ville
Place du 18 Juin 1940
BP 97
83183 SIX-FOURS-LES-PLAGES CEDEX

Marseille, le 10 février 2017

Monsieur le Député-Maire,

Vous avez bien voulu me convier, ce dont je vous remercie, à assister le mercredi 1er février 2017, à la réunion sur la révision du règlement local de publicité.

Malheureusement, en raison d'engagements antérieurement arrêtés et auxquels je ne pouvais me soustraire, il ne m'était pas possible d'être à vos côtés en cette circonstance, et je vous prie de bien vouloir m'en excuser.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Député-Maire, l'expression de mes salutations distinguées.

Bien amicalement

Christian ESTROSI

VILLE DE SIX-FOURS-LES-PLAGES
CABINET DU MAIRE
14 MARS 2017
COURRIER ARRIVEE N° 357

Hôtel de Région
27, place Jules Guesde – 13481 Marseille cedex 20
téléphone 04 91 57 51 20 – secretariatcabinet@regionpaca.fr

UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Monsieur le Commissaire-enquêteur
Mairie de Six-Fours-les-Plages
BP 97
83183 Six-Fours-les-Plages

Paris, le 25 septembre 2018

Ville de Six-Fours les Plages
Service Courrier
Arrivée le
26 SEP. 2018
N° 910

À l'attention de Monsieur Arnaud D'ESCRIVAN

Objet : Elaboration du Règlement Local de Publicité
Phase d'enquête publique

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Six-Fours-les-Plages suscite de très vives inquiétudes de la part des sociétés adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principales entreprises de ce secteur d'activité.

Tel que présenté en enquête publique, le projet impacte très fortement le parc publicitaire existant et nécessite de la part des sociétés d'affichage la réalisation d'importants investissements pour conserver une activité économique sur le bassin Six-Fournais. En effet, à la lecture du projet de RLP, **100% des dispositifs publicitaires actuellement implantés doivent être transformés**.

C'est pourquoi, nous nous permettons de vous soumettre ci-après des propositions d'aménagements réglementaires visant à améliorer les équilibres du projet de texte et ce, afin de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie et de dynamisme économique et commercial des acteurs locaux.

➢ Dispositions générales

▪ Avant-propos sur le format des publicités

Le rapport de présentation relatif au projet de RLP contient, à propos des choix retenus en matière de publicités et préenseignes, à la page 66, les considérations suivantes :

> « *Avant tout, les surfaces maximales autorisées, énoncées ci-après correspondent à l'ensemble du dispositif publicitaire (moulure, affiche, etc. inclus), conformément aux jurisprudences du Conseil d'Etat. La prise en compte des surfaces maximales pourra être adaptée en fonction des futures évolutions jurisprudentielles, réglementaires ou législatives.* »

DIRECTION GÉNÉRALE
DES SERVICES TECHNIQUES
Arrivé le 26/09/18
N° 2816

47 rue de Liège 75008 Paris • Tél. : 01 47 42 16 28 • Fax : 01 47 42 13 82
E-mail : contact@upe.fr • Site Web : www.upe.fr • N° SIRET : 30302628000022 • Code APE : 9411Z

Vous trouverez ci-dessous un exemple permettant d'illustrer notre propos et d'en comprendre les conséquences.

Illustration du passage d'un dispositif 8m² **hors encadrement** à 8 m² **encadrement inclus**

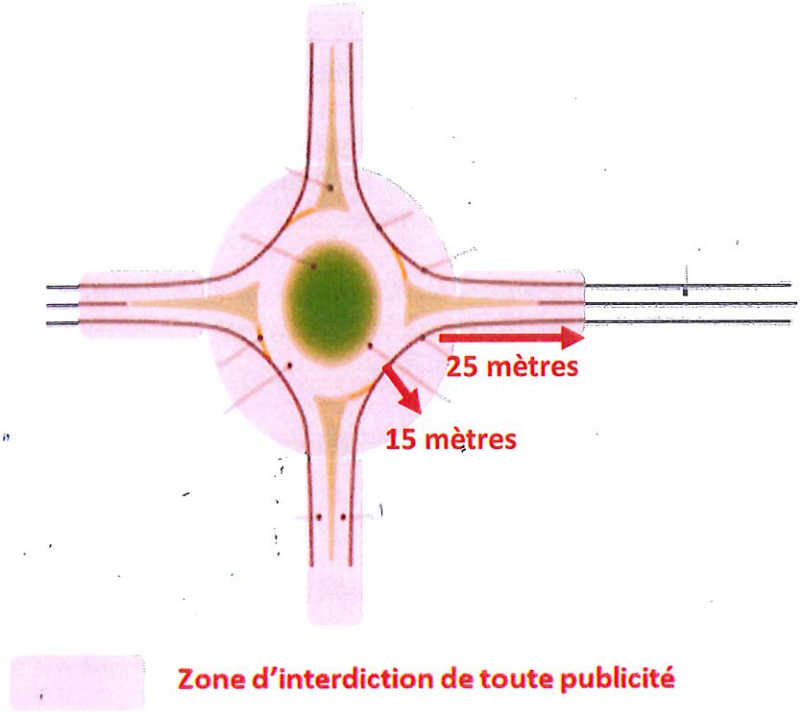
Dispositif 8m² hors encadrement

Photomontage d'un dispositif 8 m² encadrement inclus

Illustrations à titre d'exemple – hors territoire Six-Fournais

→ Nombreux coûts de transformation des dispositifs en place ;
→ Aucune modification sur l'émergence visuelle du dispositif.

Schéma explicatif



- **<u>Format des dispositifs publicitaires</u>**

  - **<u>Publicité apposée sur un mur ou une clôture</u>**

L'alinéa premier de l'article 5 « *Publicité apposée sur un mur ou une clôture* » du Titre 2 précité du projet de RLP contient les dispositions suivantes :

> « *La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture, ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.* »

Telle que rédigée, cette disposition implique une **disparition totale de notre support en ZP1**.

Aussi et dans la continuité de notre avant-propos relatif au format des dispositifs publicitaires, nous préconisons de fixer le format à **10,50 m², <u>encadrement inclus</u>.**

  - **<u>Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol</u>**

L'alinéa premier de l'article 6 « *Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol* » du Titre 2 précité du projet de règlement énonce que :

> « *Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 8 mètres carrés.* »

De la même manière que précédemment, nous vous proposons de fixer le format des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol à **10,50 m², <u>hors pied mais encadrement inclus</u>.**

lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique ».

La Cour a en outre précisé que l'instruction du Gouvernement du 25 mars 2014 relative à la règlementation nationale des publicités, indiquant que les linéaires de façades d'une unité foncière d'angle ne pouvaient s'additionner, « *était dépourvue de valeur réglementaire et n'avait qu'une portée interprétative. La commune ne pouvait donc pas utilement se prévaloir de la lecture qu'elle donne des dispositions précitées* ».

Aussi, lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, il est à noter que les longueurs peuvent être cumulées entre elles.

Nous préconisons de faire préciser l'article 7 du projet de règlement en ce sens.

- **ZP2 – Zone agglomérée principale**

La ZP2 couvre la zone agglomérée principale en dehors des autres zones de publicité.

- **Giratoires**

Le second alinéa de l'article 12 « *Interdictions* » du Titre 3 « *Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP 2* » du projet de règlement dispose que :

> « *La publicité est interdite sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires. Cette profondeur se mesure du point d'intersection le plus proche à partir de la bordure du trottoir, de la bande blanche délimitant le bord de la chaussée ou bien du bord de l'enrobé.* »

Nous reprenons ici les arguments que nous avons développés à propos de l'article 4 « *Interdictions* » relatif aux règles des giratoires applicables à la ZP 1.

Aussi, nous vous proposons de modifier l'alinéa 2 de l'article 12 précité du projet de règlement de la manière suivante :

> « *Aux abords des carrefours à sens giratoire, ainsi que des intersections identifiées et dont la liste figure en annexe, la publicité est interdite* ***sur une distance de 25 m de tout axe provenant ou allant directement au rond-Point.*** *Cette distance se mesure du bord extérieur de la chaussée du rond-point.* ***Par ailleurs, les ronds-points sont eux-mêmes protégés de toute implantation sur une largeur de 15 mètres.*** »

- **Format des dispositifs publicitaires**

  - **Publicité apposée sur un mur ou une clôture**

L'alinéa premier de l'article 13 « *Publicité apposée sur un mur ou une clôture* » du Titre 3 précité du projet de RLP contient les dispositions suivantes :

> « *La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture, ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.* »

- **Règles relatives à la densité**

L'article 15 « *Densité* » susmentionné du projet de RLP précise, dans son alinéa 2, que :

> « *Sur une unité foncière dont le linéaire bordant une voie ouverte à la circulation publique est supérieur ou égal à 50 mètres, il peut être installé :*
> - *Soit un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur sol lumineux ou non ;*
> - *Soit une publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ;*
> - *Soit une publicité lumineuse apposée sur un mur.* »

Au regard de l'urbanisation et de la typologie de la zone dite d'activités, une règle fixant le minimum linéaire à 50 mètres nous semble excessive.

Nous vous proposons de ne pas aller au-delà de ce qu'a fixé le code de l'environnement et de reprendre les dispositions prévues à l'article R581-25 dudit code.

Par ailleurs, nous reprenons en la matière nos précédents propos relatifs à la règle de densité en ZP 1.

Aussi, lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, il est à noter que les longueurs peuvent être cumulées entre elles.

Nous préconisons donc de faire préciser l'article 15 du projet de règlement en ce sens.

- **Bâches publicitaires**

L'article 8 « *Bâches publicitaires* » du projet de règlement applicable en ZP1 énonce que :

> *« Les bâches publicitaires ne peuvent avoir une surface unitaire excédant **4 mètres carrés**.* »

Par ailleurs, l'article 12 « *Interdictions* » du Titre 3 « *Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP 2* » du projet de règlement interdit les bâches publicitaires au sein de la ZP 2.

Interdire ou limiter la surface unitaire d'une bâche publicitaire à 4m² supprime tout l'intérêt de ce type de dispositif qui est, par nature, prévu pour être de grand format. Cette disposition revient de fait à interdire ce type de dispositif en ZP1.

Nous préconisons le retrait de l'article 8 et la modification de l'article 12 du projet, la ville maîtrisant toutes implantations de publicité sur bâche dans la mesure où ce type de support publicitaire est soumis à une autorisation préalable délivrée par arrêté municipal au cas par cas (article L581-9 du code de l'environnement). Ainsi, le maire a le pouvoir d'exercer un contrôle discrétionnaire de chaque demande d'autorisation préalable et de déterminer le format qu'il estimera le plus adapté au cas d'espèce.

Aussi, nous préconisons de compléter la définition comme suit :

> « *Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier.* ***Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé.*** »

En espérant que vous voudrez bien prendre en compte nos remarques, je vous prie de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.

Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE

JCDecaux

M. le Commissaire enquêteur
Mairie de Six-Fours-les-Plages
Service publicité
BP 97
83183 Six-Fours-les-Plages

DIRECTION GÉNÉRALE
DES SERVICES TECHNIQUES
Arrivé le 27/09/18
N° 2864

Marseille le 25 septembre 2018

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Algérie
Allemagne
Arabie Saoudite
Argentine
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Belgique
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée
Costa Rica
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Espagne
Estonie
Etats-Unis
Finlande
France
Guatemala
Hongrie
Inde
Irlande
Islande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malaisie
Mexique
Norvège
Oman
Ouzbekistan
Panama
Pays-Bas
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Russie
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Thaïlande
Turquie
Ukraine
Uruguay

Objet : Enquête publique portant sur la révision du Règlement local de publicité de Six-Fours-les-Plages

Envoi par lettre recommandée avec accusé de réception n° 1A 156 698 5280 8 et anticipée par mail à enquete.rlp@mairie-six-fours.fr

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) engagée par la Commune de Six-Fours-les-Plages et tient à porter à votre connaissance ses observations sur le projet de RLP soumis à enquête publique et plus particulièrement sur les règles relatives au mobilier urbain.

Le mobilier urbain accessoirement publicitaire relève d'un régime propre. Il participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (**service public des transports** pour les abris-voyageurs – *article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs,* **service public de l'information** pour les mobiliers d'information locale - *CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606).*

A ce titre, dans un modèle d'optimisation budgétaire, les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

De cette spécificité découle un traitement distinct des dispositifs publicitaires dit « classiques », qui sont principalement voire exclusivement publicitaire.

A titre liminaire, sur la forme, nous relevons que le projet de règlement a pris soin de traiter le mobilier urbain comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires classiques, ce que nous approuvons.

Dès lors, les règles qui ne sont pas inscrites dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sont pas opposables, sauf en cas de renvoi exprès (comme c'est d'ailleurs le cas au titre de la réglementation nationale contenue dans le Code de l'environnement).

Toutefois, par soucis de lisibilité et sécurité juridique, et afin de respecter la volonté de la Commune de ne pas soumettre la publicité sur mobilier urbain aux dispositions concernant les dispositifs publicitaires classiques, nous préconisons qu'il soit expressément inséré au sein du futur règlement l'article préliminaire suivant :

> « *La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP* ».

Sur le fond, le RLP autorise le mobilier urbain publicitaire dans l'ensemble des zones du RLP.

JCDecaux France
Siège Social : 17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79
Dir. Rég. Provence : 25, Bd de la Cartonnerie - C.S. 10111 - 13921 Marseille Cedex 11 - France
Tél. : +33 (0)4 91 35 71 00 - Fax : +33 (0)4 91 35 71 01
www.jcdecaux.com

Société par Actions Simplifiée au capital de 7 022 549,69 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501

JCDecaux

Toutefois, certaines règles relatives au format et à l'implantation des mobiliers urbains publicitaires ne nous semblent pas adaptées à cet objectif et mettent en péril les implantations actuelles.

4 sujets :

1. l'absence de levée d'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain publicitaire et notamment en abords de monuments historiques ;
2. la limitation à 2m² de la surface des publicités pouvant être apposées sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ;
3. une interdiction de publicité sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires ;
4. une interdiction de publicité numérique en ZP2 ;

1. Sur l'absence de levée d'interdiction relative de publicité en abords de monuments historiques

En premier lieu, nous relevons le souhait de la commune d'autoriser l'implantation du mobilier urbain publicitaire dans l'ensemble des zones du RLP, ce que nous approuvons.

Toutefois, nous regrettons que le projet de règlement ne précise pas le cas du mobilier urbain publicitaire implanté en abords de monuments historiques.

Or, conformément à l'article L.621-30 du Code du patrimoine, « *la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un* ***périmètre délimité par l'autorité administrative dans les conditions fixées à l'article L. 621-31*** ». Toutefois et à défaut de respecter ce formalisme, le périmètre de protection correspond à un périmètre de 500 mètres en covisibilité d'un monument historique.

Au cas d'espèce, nous relevons la présence de ces deux types de périmètres sur l'agglomération Six-Fournaise, l'un délimité autour de la Villa Cécile et l'autre établi par défaut autour de l'Eglise paroissiale Saint-Pierre aux Liens (cf. extrait de l'atlas des patrimoines ci-dessous).

Or, par application de l'article L.581-8 I du Code de l'environnement, à défaut d'être levée de manière expresse au sein d'un RLP, l'interdiction relative de publicité demeure dans ces périmètres.
Or, d'une part, les collectivités maîtrisent entièrement le nombre, format, design et les conditions d'exploitation des mobiliers urbains dans le cadre de leurs contrats publics et, qui

plus est, sont particulièrement sensibilisées sur la protection nécessaire à mettre en œuvre à l'égard de leur patrimoine.

D'autre part, par application de l'article R.421-25 du Code de l'urbanisme combiné à l'article R423-54 du même code, l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) sera de fait requis lors de toute implantation à venir de mobilier urbain dans les abords de monuments historiques, via une déclaration préalable.

C'est la raison pour laquelle nous préconisons de lever l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain dans l'ensemble des périmètres définis à l'article L.581-8 I du Code de l'environnement et notamment en abords de monuments historiques.

Pour rappel, la levée de l'interdiction prévue à l'article L.581-8 I du Code précité se doit d'être expresse, un simple renvoi au « *conditions d'implantations fixées au regard des articles issus du code de l'environnement* » n'étant pas suffisant au sein du projet de RLP.

Pour ce faire et conformément à la volonté de la Commune, il conviendra de faire modifier le dernier alinéa des articles 11, 17 et 19 du projet de règlement comme suit :

> *« La publicité supportée par le mobilier urbain, autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques* ***restreint par l'alinéa précédent, est <u>également autorisée</u>, et ce, y compris dans les zones d'interdiction relative de publicité prévues à l'article L.581-8 I du Code de l'environnement****. Elle doit par ailleurs respecter les conditions d'implantations fixées au regard des articles issus du code de l'environnement ».*

2. Sur le format de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain

En deuxième lieu, le projet de RLP entend limiter la surface unitaire du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques à 2m² et limiter sa hauteur à 3 mètres.

En outre, le rapport de présentation précise page 66 qu'à propos des surfaces maximales autorisées au sein du RLP, elles « *correspondent à l'ensemble du dispositif publicitaire (moulure, affiche, etc. inclus), conformément aux jurisprudences du Conseil d'Etat* ».

Toutefois, si le Conseil d'Etat a en effet tranché sur l'appréciation des formats maximums prévus par le décret comme devant être apprécié « *moulures comprises* », les villes peuvent, dans le cadre des RLP, distinguer le format d'affiche des moulures, sous réserve, bien entendu, du respect des formats maximums.

D'ailleurs, le Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire précise bien, au sein du Guide d'avril 2014, qu'un « *RLP(i) peut apporter des précisions utiles. Par exemple, il peut distinguer le format hors tout, c'est-à-dire le format qui englobe les moulures* ».

Au surplus, l'article 4 d'un projet de décret mis en ligne en janvier 2016 sur son site dans le cadre de la consultation publique est rédigé comme suit :

> Mesure de clarification des formats des publicités et **limitation de la taille** ***« des encadrements des dispositifs pour lesquels les règles de formats s'appliquent à la surface utile »***

De fait, parce que le mobilier urbain ne supporte de la publicité « *qu'à titre accessoire* », il ne peut être assimilé aux dispositifs publicitaires « *dont le principal objet* » est de recevoir toute

inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, conformément à l'article L.581-3 du Code de l'environnement. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le Code de l'environnement traite du mobilier urbain publicitaire dans une sous-section différente de celle relative à la publicité dite « classique » (articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement).

Comme précédemment indiqué, dans un RLP, toute limitation applicable au mobilier urbain nous paraît surabondante, celui-ci implanté sur le domaine public présentant l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité concernée via son contrat public de mobiliers urbains.

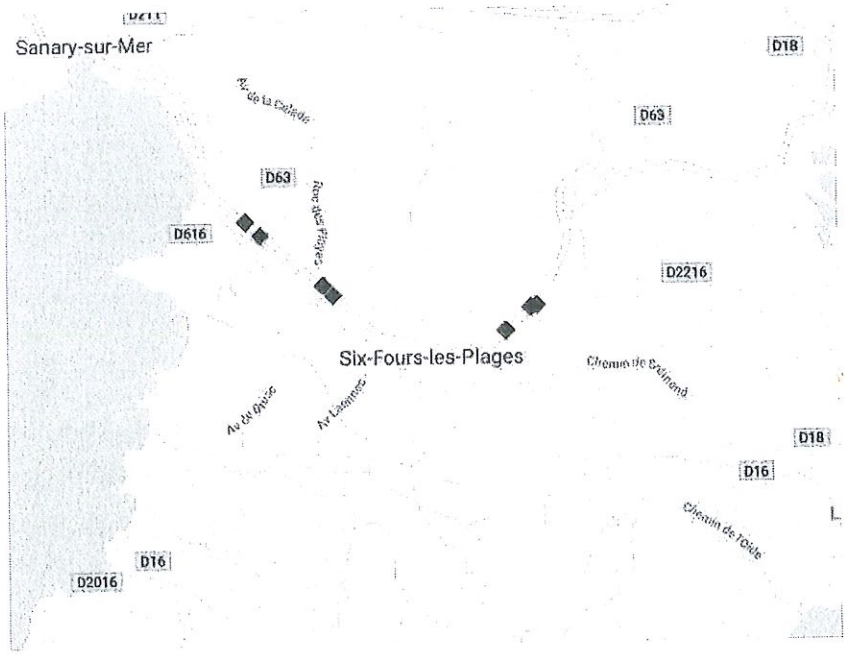
C'est la raison pour laquelle nous vous proposons d'autoriser expressément le mobilier urbain dans l'ensemble des zones du RLP et ce, conformément aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement et de supprimer toute contrainte de surface autorisée concernant le mobilier urbain.

A défaut, il conviendra de faire modifier les articles 11, 17 et 19 comme suit :

> « ***La publicité apposée sur*** *mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface* ***d'affichage*** *unitaire excédant 2 mètres carrés* ***(hors moulures),*** *ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.* »

Si tel n'était pas le cas, cette règle serait particulièrement préjudiciable à l'équilibre économique du contrat de mobiliers urbains nous liant à la commune de Six-Fours-les-Plages. En effet, ce dernier remettrait en cause l'ensemble des abris-voyageurs présents sur la départementale 559, emplacements pourtant arrêtés et validés de concert avec les services de la Ville. De plus, les abris-voyageurs ne peuvent être déplacés puisqu'ils doivent être installés aux points d'arrêt. Une telle limitation de format revient donc à retirer la publicité sur ces abris et donc à supprimer leur financement avec un impact immédiat sur l'équilibre économique du contrat.

Illustrations des emplacements impactés :



3. <u>Sur les interdictions de publicité sur une profondeur de 50m autour des giratoires</u>

JCDecaux

En troisième lieu, nous relevons la présence d'une règle prohibant l'implantation de publicité sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires en ZP1 et ZP2.

Alors même que les mobiliers urbains en place ont été implantés conjointement avec la Ville de Six-Fours-les-Plages et qu'ils n'ont fait l'objet d'aucune réserve depuis, ces interdictions auront pour conséquence l'interdiction de nombreux mobiliers urbains actuellement implantés sur la commune et notamment de kiosques.

Or, d'une part, le déplacement de mobiliers urbains d'information va nécessiter de trouver des emplacements de qualité d'audience équivalente afin que la part de financement par la publicité prévue contractuellement ne soit pas impactée, ce qui va s'avérer être un objectif que l'on ne pourra atteindre.

Les kiosques doivent répondre au besoin de proposer aux usagers un point de presse. Il ne sera pas possible de maintenir le kiosque en place sans publicité et le déplacer aurait un impact sur la vente presse et donc la rémunération du kiosquier. Une telle interdiction pourrait donc engendrer soit la suppression pure et simple du kiosque, faute de financement par la publicité, soit son déplacement avec des conséquences sur la rentabilité du kiosque et les revenus du kiosquier. Au demeurant, il est prouvé que le déplacement d'un point presse peut entraîner à terme sa fermeture en raison de l'impact économique du changement d'emplacement.

Force est d'ailleurs de constater que la ville de Six-Fours-les-Plages n'a jamais affiché sa volonté de remettre en cause les implantations qu'elle a autorisées dans le cadre de son contrat de mobiliers urbains.

Au surplus, la ville autorisant au cas par cas chaque emplacement de mobilier urbain en sa qualité de propriétaire, elle peut imposer une telle interdiction sans avoir besoin de se référer au RLP.

Dès lors, il nous semble important et cohérent de préserver le parc de mobiliers en place dans le cadre du marché public en cours (dont la publicité finance le service) ainsi que de garantir et préserver les pouvoirs que détient la Ville de Six-Fours-les-Plages en sa qualité de propriétaire.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, nous proposons de modifier les articles 4 et 12 du projet de règlement comme suit :

- En ZP1

« Article 4 Interdiction
Sont interdites :
- *Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;*

***Exceptée celle apposée sur mobilier urbain**, la publicité est interdite sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires. Cette profondeur se mesure du point d'intersection le plus proche à partir de la bordure du trottoir, de la bande blanche délimitant le bord de la chaussée ou bien du bord de l'enrobé. »*

- En ZP2

« Article 12 Interdiction
Sont interdites :
- *Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;*
- *Les bâches publicitaires ;*
- *Les publicités numériques*

***Exceptée celle apposée sur mobilier urbain**, la publicité est interdite sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires. Cette profondeur se mesure du point d'intersection le plus proche à partir de la bordure du trottoir, de la bande blanche délimitant le bord de la chaussée ou bien du bord de l'enrobé. »*

JCDecaux

4. Sur l'interdiction de publicité numérique en ZP2

En dernier lieu, nous notons l'insertion au projet de règlement d'une disposition prohibant l'implantation de « *publicité numérique* » en ZP2 sans toutefois préciser le cas du mobilier urbain numérique (article 12 du projet).

Or, nous relevons à l'article 16 du projet le souhait de la Commune de ne pas interdire le mobilier urbain numérique dans cette zone, l'article susvisé mentionnant la non-application des règles d'extinction nocturne à l'égard des « *publicités numériques supportées par le mobilier urbain* ».

C'est la raison pour laquelle nous préconisons de préciser l'alinéa 1 de l'article 12 du projet de règlement comme suit :

> *« Article 12 Interdiction*
> *Sont interdites :*
> - *Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;*
> - *Les bâches publicitaires ;*
> - *Les publicités numériques,* ***à l'exception de celles apposées sur mobilier urbain »***

Il est à noter que l'installation de publicité numérique est soumise à autorisation préalable du maire, au cas par cas, et ce « *compte tenu notamment du cadre de vie environnant* » (extrait de l'alinéa 2 de l'article L.581-15 du Code de l'environnement).

C'est la raison pour laquelle il nous semble inutile de contraindre aujourd'hui les possibilités d'implantation du mobilier urbain numérique au sein du RLP et donc de restreindre les nouveaux services innovants qui pourraient se développer dans les années à venir sur l'agglomération Six-Fournaise.

Aussi, nous préconisons d'autoriser expressément le mobilier urbain, y compris numérique, dans l'ensemble des zones du RLP et ce, conformément aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

A toutes fins utiles, nous souhaitons indiquer ci-après la présence d'une coquille rédactionnelle en page 21 du rapport de présentation, à propos de l'interdiction de publicité dans les espaces boisés classés. En effet, l'article L.130-1 du Code de l'urbanisme relatif à la définition de ces espaces étant abrogé, il convient aujourd'hui de s'en référer aux articles L.113-1 et suivants du même code.

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, nos salutations distinguées.

Antoine MOULIN

Directeur Régional PACA.

Règlement Local de Publicité

Réponses suite à analyse des observations et propositions produites pendant l'enquête publique

I. Réponses aux observations reçues par courrier en date du 26 septembre 2018 de l'Union de la Publicité Extérieure :

→ Concernant la réduction des formats publicitaires (y compris pour les publicités apposées sur un mur ou une clôture, scellées au sol ou installées directement sur le sol en ZP1) :

L'UPE souhaite que les formats soient réduits à 10,5 mètres carrés au lieu de 8 mètres carrés dans la proposition actuelle de RLP. A ce titre, l'UPE soulève que le format de 8 mètres carrés n'est pas un format commercialisé. Or, le Code de l'environnement prévoit que les publicités numériques ne puissent excéder 8 mètres carrés (art. R.581-41 C. env.). Enfin, concernant le Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié en avril 2014 par le Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie et le décret soumis à concertation, ce ne sont, à ce jour pas des documents ayant valeur juridique. C'est d'ailleurs ce que soulève l'UPE en p.7 de ses remarques, vis à vis de l'application de la règle de densité. Ainsi, il convient de se baser exclusivement sur le Code de l'environnement et la jurisprudence. Par ailleurs, la précision faite dans le rapport de présentation permet de faire évoluer la réglementation locale. En effet, le RLP, comme le Code de l'environnement, ne prévoit pas que le format puisse s'entendre uniquement au regard de la surface d'affiche ou uniquement au regard de la surface « hors tout ». Ainsi, en cas de précision réglementaire dans le futur, le RLP pourra tout à fait s'adapter sans mettre en cause juridiquement le projet et l'activité des sociétés d'affichage.

A ce titre, la Métropole Toulon Provence Méditerranée souhaite maintenir une surface de 8 mètres carrés pour ces dispositifs publicitaires.

→ Concernant l'assouplissement de l'interdiction de toute publicité sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires en ZP1 et ZP2 :

L'UPE propose de réduire le rayon d'interdiction de la publicité « à une distance de 25 mètres de tout axe provenant ou allant directement au rond-point. Par ailleurs, les ronds-points sont eux-mêmes protégés de toute implantation sur une largeur de 15 mètres. ». La distance d'interdiction de 50 mètres actuellement inscrite dans le projet est issue de l'ancien RLP de Six-Fours-les-Plages. Le maintien de cette disposition permet donc de pérenniser l'action de l'ancien RLP et de maintenir l'état de l'existant.

A ce titre, la Métropole ne souhaite pas prendre en compte cette proposition.

→ Concernant la mention expresse de la possibilité d'implantation de dispositifs publicitaires scellés au sol lumineux en ZP1 et ZP2 :

L'UPE souhaite que le RLP précise que les publicités lumineuses éclairées par projection ou transparence scellées au sol ou installées directement sur le sol soient expressément autorisées en ZP1 et ZP2. Les dispositifs éclairés par projection ou transparence étant soumis aux mêmes règles que les dispositifs lumineux (art. R.581-41 C. env.), le RLP autorise effectivement les publicités lumineuses éclairées par projection ou transparence scellées au sol ou installées directement sur le sol en ZP1 et ZP2.

La Métropole complétera les premiers alinéas de l'article 6 du Titre 2 et de l'article 14 du Titre 3 du

Règlement afin de tenir compte de cette remarque, tel que : « Les dispositifs publicitaires **lumineux ou** non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 8 mètres carrés. ».

→ Concernant la règle de densité fixée en fonction du linéaire bordant la voie publique en ZP1 et ZP2 :

L'UPE souhaite que la règle de densité qui s'applique en ZP1 et ZP2 soit la règle de densité nationale. Elle demande également à ce que l'arrêt de la CAA de Nancy soit intégré au projet. La Métropole fera mention de cet arrêt dans le rapport de présentation (Partie I Chap. 4.a. §« Densité ») afin de ne pas bloquer d'éventuelles évolutions réglementaires ou législatives. Enfin, la mise en place de la réglementation nationale semble excessive pour la Métropole, car elle implique que chaque unité foncière puisse accueillir un dispositif publicitaire quelque soit la longueur de son linéaire bordant la voie publique.

La Métropole souhaite donc maintenir l'obligation de disposer d'une longueur minimum de 50 mètres de linéaire bordant la voie publique pour que puisse être installé soit un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol lumineux ou non, soit une publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture, soit une publicité lumineuse apposée sur un mur.

→ Concernant la levée de l'interdiction des bâches publicitaires en ZP2 et la limitation à 4m² de la surface des bâches publicitaires en ZP1 :

L'UPE souhaite que l'interdiction des bâches publicitaires en ZP2 soit levée et que la limitation des surfaces des bâches publicitaires soit supprimée en ZP1 pour laisser la réglementation nationale s'appliquer. Il s'avère que, malgré les pouvoirs du maire dans le cadre de l'autorisation préalable, le Code de l'environnement précise que « *la subordination d'un dispositif publicitaire à l'octroi d'une autorisation par l'autorité compétente en matière de police ne fait pas obstacle à la fixation, par le règlement local de publicité, de règles plus restrictives que la réglementation nationale, notamment en matière de publicité lumineuse et d'enseignes lumineuses.* » (Art. R.581-76 C. env.). A ce titre, les bâches publicitaires sont également visées par cet article. Il est donc tout à fait possible d'interdire ces dispositifs sur une partie du territoire, comme c'est le cas dans la ZP2. Contrairement aux dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles expressément destinés à être de grand format, ce n'est pas nécessairement le cas pour les bâches publicitaires. Par ailleurs, l'art. R.581-76 précité permet, dans le cadre d'un RLP, de fixer des règles locales plus restrictives que ce que permet le code de l'environnement. Enfin, considérant les caractéristiques d'implantation de ces dispositifs (sur mur aveugle uniquement, inter-distance de 100 mètres, interdiction de dépasser des limites du mur ou de l'égout du toit etc.), la réduction de surface ne reviendrait pas à interdire ces dispositifs.

La Métropole souhaite donc maintenir l'interdiction des bâches publicitaires en ZP2 et la limitation à 4m² de leur surface en ZP1.

→ Concernant la définition de la notion d'agglomération, de clôture aveugle, de mur aveugle et de palissade de chantier :

L'UPE propose de préciser la définition de l'agglomération en citant l'arrêt du Conseil d'État de Mars 1990 confirmé par un arrêt de novembre 2012 qui précise qu'est regardé comme zone d'agglomération un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, peu importe la présence ou non de panneaux d'entrée et de sortie ou leur lieu d'implantation.

La Métropole souhaite conserver la définition d'agglomération telle que rédigée dans le lexique du projet de RLP qui est tirée de l'article L. 581-7 du Code de l'environnement et qui définit

l'agglomération en vertu des règles du Code de la Route (art. R. 110-2). La Métropole pourra compléter la définition de la notion d'agglomération en faisant référence à l'arrêté du Maire de Six Fours Les Plages n°10669 du 23 octobre 2017 qui délimite le périmètre d'agglomération de la commune, qui est un document récent et qui identifie clairement les zones agglomérées.
La Métropole s'assurera que les limites d'agglomération déterminées dans l'arrêté coïncident avec les panneaux d'entrée et de sortie.

L'UPE propose également de rectifier la définition de « clôture aveugle » ainsi que celle de « mur aveugle » en supprimant le terme « ajouré ».

La Métropole remplacera le mot « ajouré » par le terme « ne comportant pas des ouvertures ou percements » dans la définition de « clôture aveugle » et « mur aveugle » dans le lexique du projet de RLP.

L'UPE demande enfin de préciser la définition de « Palissade de chantier », de la manière suivante « *Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé.* ».

La Métropole suivra les propositions de l'UPE afin de compléter la définition de la notion de palissade de chantier dans le lexique du Tome 3 du projet de RLP.

II- Réponses aux observations reçues par courrier en date du 27 septembre 2018 de JCDecaux :

→ Concernant l'insertion d'un article préliminaire relatif au mobilier urbain :

La Métropole, dans un souci de compréhension du document, peut ajouter un article préliminaire dans son règlement, à l'article 2 du Titre I, énonçant que : « La publicité sur le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions législatives ou réglementaires ».

→ Concernant l'absence de levée d'interdiction relative de la publicité à l'égard du mobilier urbain dans les périmètres de protection énoncés à l'article L. 581-8 I du Code de l'environnement et notamment aux abords de monuments historiques :

La Société JC Decaux demande à ce que la Métropole lève de manière expresse l'interdiction de publicité sur mobilier urbain aux abords des monuments historiques, en l'espèce l'Église Saint-Pierre et la Villa Sainte-Cécile. Il convient de préciser que le périmètre de protection de l'Eglise Saint-Pierre se situe en quasi-totalité sur un Espace Boisé Classé (EBC). A ce titre, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol y est interdite. Cette interdiction s'applique également à la publicité apposée sur mobilier urbain. Par ailleurs, les périmètres de protection des monuments historiques susmentionnés n'impactent actuellement aucune publicité apposée sur mobilier urbain. La Métropole a donc souhaité entériner un état de fait sur le territoire. Enfin, la levée de l'interdiction autorisée par le Code de l'environnement n'est qu'une possibilité laissé à la discrétion des collectivités.

En l'espèce la Métropole ne souhaite pas réintroduire la publicité apposée sur mobilier urbain dans ces secteurs.

→ Concernant la limitation à 2m² de la surface des publicités pouvant être apposées sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques :

Le format proposé par la collectivité est un format tout à fait légal déjà imposé par le Code de l'environnement dans certains cas (agglomération de moins de 10 000 habitants). Par ailleurs, cette réduction du format des publicités apposées sur mobilier urbain ne concerne que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou locale ou des œuvres artistiques. A ce titre, les abris bus restent soumis à la réglementation nationale qui limite déjà leur surface à 2 mètres carrés sauf exception.

La collectivité reprend ici les dispositions de l'ancien RLP et ne souhaite pas augmenter la surface de ces dispositifs.

→ Concernant l'interdiction de publicité dans un rayon de 50 mètres aux abords des giratoires :

La société JC Decaux propose d'exempter la publicité apposée sur mobilier urbain de l'interdiction de publicité dans un rayon de 50 mètres aux abords des giratoires.

Afin de ne pas mettre en péril les dispositifs existants, la Métropole pourra effectivement compléter les articles 4 et 12 du projet de Règlement comme suit : « *[...] **Exceptée celle apposée sur mobilier urbain type abris-bus**, la publicité est interdite sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires. [...]* ».

→ Concernant l'interdiction de publicité numérique en ZP2 :

La Société JC Decaux propose de préciser le projet de RLP afin de permettre l'installation de publicité numérique apposée sur mobilier urbain. La ZP2 étant principalement à vocation résidentielle, la Métropole ne souhaite pas autoriser la publicité numérique même sur le mobilier urbain.

→ Concernant la référence à l'article abrogé L. 130-1 du Code de l'Urbanisme :

Cette remarque sera prise en compte dans le rapport de présentation ((Partie I Chap. 4.a. §« Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité») qui ne fera donc plus référence à l'article L. 130-1 abrogé du Code de l'urbanisme mais renverra aux articles L. 113-1 et suivants du même code.