

ENQUETE PUBLIQUE PORTANT SUR L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL  
DE PUBLICITE DE LA COMMUNE DE GRIMAUD

CONCLUSIONS MOTIVEES

## TABLE DES MATIERES

### *GLOSSAIRE*

<b>1 – RAPPEL DES ELEMENTS ESSENTIELS DE L'ENQUETE ET INFORMATION DU PUBLIC .....</b>	<b>5</b>
<b>2 – AVIS MOTIVE DU COMMISSAIRE ENQUETEUR .....</b>	<b>7</b>
2.1 – PARTICIPATION DE LA POPULATION, CLIMAT DE L'ENQUETE ET ANALYSE DES OBSERVATIONS .....	7
2.2 – BILAN DU PROJET ET FORMULATION DE L'AVIS .....	14

## GLOSSAIRE

CDNPS : Commission Départementale de la Nature, des Paysage et des Sites.

DCM : Délibération du Conseil Municipal.

DDTM : Direction Départementale des Territoires et de la Mer.

ENSEIGNE : Selon l'article L 581-3 du code de l'environnement, constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. (Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce)

MARQUISE : Auvent vitré placé au-dessus d'une porte d'entrée, d'un perron...

MOBILIER URBAIN :

Le code de l'environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- Les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles ;
- Les mats porte-affiches ;
- Le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité.

PLU : Plan Local d'Urbanisme.

PREENSEIGNE : Selon l'article L 581-3 du code de l'environnement, constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

PUBLICITE : Selon l'article L 581-3 du code de l'environnement, constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

RLP : Règlement Local de Publicité.

SCoT : Schéma de Cohérence Territoriale.

SIL : Signalétique d'Information Locale.

# **1 – RAPPEL DES ELEMENTS ESSENTIELS DE L'ENQUETE ET INFORMATION DU PUBLIC**

## **1.1 OBJET ET DATES DE DEROULEMENT DE L'ENQUETE**

Conformément à l'arrêté du Maire n° 2023/77101 du 23.10.23 prescrivant l'enquête publique relative à la procédure d'élaboration du règlement local de publicité de la commune de Grimaud, il est procédé à une enquête publique qui s'est déroulée du 13.11.23, 09h00, au 01.12.23, 17h00, inclus.

## **1.2 INFORMATION DU PUBLIC**

Six supports d'information ont été mis à la disposition du public :

\* L'avis d'enquête publique affiché à l'hôtel de ville et l'arrêté du Maire n° 2023 - 771 du 23.10.23 prescrivant l'enquête publique relative à la procédure d'élaboration du règlement local de publicité de la commune de Grimaud.

\* L'avis d'enquête publique publié, deux fois (le 28.10.23, d'une part, et le 18.11.23, d'autre part), dans deux journaux diffusés dans le département : La Marseillaise et Var Matin, suite à l'arrêté du Maire du 23.10.23.

\* Des affiches de l'avis d'enquête publique réparties sur tout le territoire de la commune (cf. les photos des 24 positionnements des lieux d'affichage dans Grimaud reproduites en annexe et le rapport de constatation de la Police municipale de Grimaud n° 202310000169 du 27.10.23, également, reproduit en annexe).

\* Le dossier d'enquête publique disponible sous forme papier en mairie et en version numérisée sur le site internet de la commune.

\* Un poste informatique, installé en mairie, sur lequel le dossier d'enquête peut être consulté en version numérisée.

\* Une adresse postale, en mairie, pour adresser les observations au commissaire enquêteur et une adresse mail, dédiée à l'enquête publique, pour consigner les observations dématérialisées.

### 1.3 COMPOSITION DU DOSSIER

Le RLP ne nécessite ni étude d'impact, ni évaluation environnementale (cf. l'article R 122-17 du code de l'environnement).

On trouvera, ci-après, l'ensemble des documents du dossier d'enquête publique et, notamment, ceux élaborés par le bureau d'études EVEN Conseil, pour le compte de la commune de Grimaud :

#### 1- Les pièces administratives de l'enquête publique

- Note afférente à l'enquête publique et mention des textes régissant l'enquête publique (dont le résumé non technique du RLP).
- Bilan de la concertation.
- Arrêté du Maire n° 2023 - 771 du 23.10.23 prescrivant l'enquête publique relative à la procédure d'élaboration du règlement local de publicité de la commune de Grimaud.
- Les avis d'enquête publique publiés dans Var Matin et La Marseillaise, les 28.10.23 et 18.11.23.
- Les extraits du registre des délibérations du Conseil municipal de la commune de Grimaud, les 02.12.19 et 25.05.23.
- Rapport de constatation de la Police municipale de Grimaud (constat d'affichage de l'avis d'enquête publique) n° 202310000169 du 27.10.23.

#### 2- Le projet de RLP (version arrêtée au 25.05.23)

- 1- Rapport de présentation
- 2- Règlement
- 3- Annexes
  - 3.1- Annexe 1 – Document graphique
  - 3.2- Annexe 2 – Limites d'agglomération
  - 3.3- Annexe 3 – Extraits du règlement de voirie départemental.

#### 3- Les avis des personnes publiques associées.

## 1.4 MISE A DISPOSITION DU DOSSIER ET CONSIGNATION DES OBSERVATIONS DU PUBLIC

Le dossier, à la disposition de la population, est consultable en mairie aux jours et heures habituels d'ouverture des bureaux au public.

Le dossier est également disponible durant l'enquête sur le site internet de la commune à l'adresse suivante : <https://www.mairie-grimaud.fr/fr/mairie-grimaud-1279.php>

Un accès au dossier sera également garanti par un poste informatique disponible en mairie.

Le public pourra consigner ses observations sur le registre ouvert à cet effet en mairie de Grimaud ou les adresser par courrier au commissaire enquêteur.

Les observations pourront également être envoyées par voie dématérialisée à l'adresse suivante : [environnement@mairie-grimaud.fr](mailto:environnement@mairie-grimaud.fr)

Toute information sur le projet pourra être demandée à Laëtitia DELSEMME, Directrice du Service Environnement, au 7 place de l'église - 83310 Grimaud.

## 1.5 PERMANENCES DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

M. Luc BONNAMOUR, désigné commissaire enquêteur par Madame la Présidente du Tribunal Administratif de TOULON, se tiendra à la disposition du public en mairie de Grimaud, les jours et heures suivants :

- le mercredi 15 novembre 2023 de 14h à 17h ;
- le jeudi 23 novembre 2023 de 9h à 12h ;
- le vendredi 1er décembre 2023 de 14h à 17h (clôture de l'enquête).

## 2 – AVIS MOTIVE DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

### 2.1 – PARTICIPATION DE LA POPULATION, CLIMAT DE L'ENQUETE ET ANALYSE DES OBSERVATIONS

#### 2.1.1 Participation de la population et climat de l'enquête

Au cours de l'enquête publique, la participation de la population a été assez faible.

Par ailleurs, il n'y a eu aucun incident à relever, pendant cette période, et les relations avec toutes les personnes rencontrées ont été cordiales et sereines.

## 2.1.2 Analyse des observations

- Lors de la première permanence du 15.11.23, personne ne s'est présenté.

- Le commissaire enquêteur a reçu, le 20.11.23, un courriel de M. Stéphane DOTTELONDE, président de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), qui lui a été envoyé par M. Charles-Henri DOUMERC, responsable juridique de l'UPE.

Les observations s'articulent autour de quatre thématiques :

- \* l'article P0.4 « Aspect, habillage et accessoires annexes à la publicité » ;
- \* les articles P0.6 « Publicité lumineuse » et E0.3 « Enseigne lumineuse » ;
- \* l'article P2.2 « Publicité apposée sur un mur » ;
- \* l'article E0.4 « Enseigne temporaire ».

Les principales observations sont les suivantes :

« Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec un grand intérêt du projet de révision du règlement local de publicité (RLP) de la commune de Grimaud arrêté en séance du Conseil municipal le 25 mai 2023 et soumis actuellement à enquête publique.

Afin de mieux concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux, nous vous présentons nos demandes d'aménagements règlementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre. Cette obligation de conciliation est imposée en effet par le code de l'environnement.

Vous trouverez, à cet effet, formulées ci-dessous, nos différentes propositions.

- Dispositions générales

L'article P0.4 « Aspect, habillage et accessoires annexes à la publicité » énonce que:  
« Un dispositif peut compter deux faces maximums. »

Un dispositif publicitaire peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité.

**Ainsi, il convient que la disposition précitée de l'article P0.4 soit formulée de la façon suivante :**

**« Un dispositif peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité ».**



- Publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'une vitrine ou d'une baie d'un local à usage commercial

Les article P0.6 « Publicité lumineuse » et E0.3 « Enseigne lumineuse » du projet de règlement disposent que :

« Les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'une vitrine ou d'une baie d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont admises sous conditions :

- Elles respectent les prescriptions définies ci-dessus en matière d'horaires d'extinction ;
- Lorsqu'elles sont numériques, elles sont limitées à un dispositif par activité et leur surface est limitée à 1 m<sup>2</sup>. »

La limitation de la surface des dispositifs numériques à 1 m<sup>2</sup> n'est pas adaptée à la réalité et à la diversité des dispositifs utilisés par les commerçants. Ces matériels sont en effet de différentes tailles car ils peuvent répondre à des objectifs différents : annonces immobilières, information horaires, informations produits, supports publicitaires respectant un format standard ou non.

**Ainsi, nous suggérons de fixer une surface cumulée à 2 m<sup>2</sup> du / des dispositif(s) numérique(s) implanté(s) derrière une vitrine ou baie dans l'ensemble du territoire communal et de supprimer la limitation à un dispositif par activité.**

- Publicité murale - ZP3

Le projet de règlement prévoit, en ZP3, de limiter la surface des publicités murales à 1,50 m<sup>2</sup>, encadrement compris (article P2.2).

Le format retenu de 1,50 m<sup>2</sup>, encadrement compris, n'est pas un format standard usuellement utilisé en France par l'ensemble des sociétés d'affichage.

En effet, les formats usuels des affiches en France sont :

- = 120 cm x 160 cm dit usuellement « 2 m<sup>2</sup> » ;
- = 240 cm x 160 cm dit usuellement « 4 m<sup>2</sup> » ;
- = 320 cm x 240 cm dit usuellement « 8 m<sup>2</sup> » ;
- = 400 cm x 300 cm dit usuellement « 12 m<sup>2</sup> ».

**Aussi, nous demandons de tenir compte d'un format des dispositifs publicitaires qui soit conforme à la norme nationale.**

De plus, l'article R 581-26 du code de l'environnement énonce que :

« Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4,70 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. »

La commune de Grimaud compte 4 613 habitants (INSEE - 2019) et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Aussi, les dispositions de l'article R 581-26 du code de l'environnement trouvent à s'appliquer en la matière.

De cette façon, Grimaud peut avoir accès à une offre de réseaux de 4,70 m<sup>2</sup>, encadrement compris, proposée aux annonceurs par les sociétés d'affichage.

**Dans ces conditions, nous proposons de modifier les dispositions précitées de l'article P2.2 de la manière suivante :**

**« La publicité apposée sur un mur est autorisée dans la limite de 4,70 m<sup>2</sup>. »**

- Enseignes temporaires

L'article E0.4 « Enseigne temporaire » du projet de règlement limite la surface des enseignes temporaires qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois à 2 m<sup>2</sup>.

Le code de l'environnement ne limite pas la surface maximale de ces dispositifs (sauf les enseignes scellées au sol dont la surface est limitée à 10,50 m<sup>2</sup>) eu égard à leur nature particulière.

**Dans ces conditions, nous préconisons de s'en tenir au règlement national de publicité (RNP) et de ne pas fixer de surface maximale s'agissant des enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. »**

L'article R 581-26 du code de l'environnement dispose que « la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés », je ne sais donc pas pourquoi M. Stéphane DOTTELONDE fait référence à une surface de 4,70 m<sup>2</sup>, à propos de l'article P2.2.

- Mme ROCHE, habitant place de l'église, s'est présentée à la seconde permanence, le 23.11.23.

Elle a, d'abord, souhaité une meilleure harmonisation esthétique au sein du centre historique.

Ensuite, elle a préconisé la fin des travaux de réfection des réseaux d'eaux usées dans le centre historique, notamment, sur le boulevard des micocouliers.

Enfin, en ce qui concerne la zone d'activité du Grand Pont, elle regrette l'insuffisance de l'entretien par les occupants, en matière de clôture et d'implantation végétale.

- Dans la matinée du 01.12.23, le commissaire enquêteur a été informé par Mme Laëtitia DELSEMME, directrice de l'environnement, de l'envoi d'un courrier en recommandé de M. Antoine MOULIN, directeur de JCDecaux PACA, envoyé par Mme Géraldine SYLVESTRE, assistante du directeur PACA, avec le fichier du courrier qui a été incorporé, le 01.12.23, au registre de l'enquête publique.

Les observations de M. Antoine MOULIN ont trait au mobilier urbain :

« La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de Grimaud. Aussi, dans le cadre de l'enquête publique en cours, nous souhaitons vous faire part de quelques observations sur les règles relatives au mobilier urbain qui y sont inscrites.

Traité de manière spécifique par les textes (sous-section dédiée à l'« utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire » au sein du Code de l'environnement), le mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire » (c'est-à-dire, un dispositif exclusivement dédié à de la publicité commerciale).

En effet, support de publicité qu'« à titre accessoire » (article R.581-42 du Code de l'environnement), le mobilier urbain a pour fonction principale de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers (abris voyageurs et service public des transports - article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, mobiliers d'informations et service public de l'information - Conseil d'Etat 10 juillet 1996 « Coisne », requête n°140606).

Cette spécificité a d'ailleurs été rappelée par les juges qui considèrent que « **le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés** » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° 19NC02575, plus récemment TA Orléans, 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Rennes, 13 avril 2023, requête n°2003094).

En outre, le mobilier urbain publicitaire ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens. Ce sont les recettes publicitaires du mobilier urbain qui permettent de financer le modèle (installation, entretien, maintenance des mobiliers urbains tout au long du contrat) et les services qui lui sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques...), le tout participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

De cette spécificité découle donc un **traitement nécessairement distinct des dispositifs publicitaires**, qui sont principalement, voire exclusivement, publicitaires

**Par ailleurs et contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité :**

\* par le **contrat public** qui en définit le nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation ;

\* au titre des **autorisations d'occupation du domaine public** qui permettent à la collectivité de valider au cas par cas les implantations ;

\* par le biais des formulaires de **déclarations et autorisations préalables** prévus par le Code de l'environnement (CERFA n° 1479901 et n°14798#01) ;

\* dans les périmètres protégés, notamment dans les sites patrimoniaux remarquables et les abords des monuments historiques, à l'appui des **déclarations préalables de travaux** prévues par le Code de l'urbanisme (CERFA 13404\*10) qui sollicitent l'intervention de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, **toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante.**

Après étude du projet de RLP soumis à enquête publique, nous relevons que la collectivité a pris soin de traiter le mobilier urbain publicitaire comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires classiques. En effet, celui-ci est traité de façon distincte des autres publicités au sein de chaque zone du RLP (en ce sens, article P0.5 du RLP).

En effet, comme évoqué précédemment, parce que le mobilier urbain ne supporte de la publicité « qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction » (article R.581-42 du Code de l'environnement), 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.

Toutefois, nous relevons au projet la présence de règles susceptibles de contraindre inutilement le mobilier urbain publicitaire alors entièrement contrôlé par la collectivité :

- \* interdiction du mobilier urbain en zone 1 ;
- \* limitation de la surface de tout mobilier urbain à 2 m<sup>2</sup> en zone 2 et des mobiliers urbains d'informations à 2 m<sup>2</sup> en zone 3 ;
- \* limitation du nombre de mobiliers urbains à 5 en zone 2 (hors abris-voyageurs).

Or, il n'est pas nécessaire que le futur RLP prévoit des contraintes d'implantation et/ou d'exploitation des publicités sur mobilier urbain alors que la collectivité en conserve l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix. Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire fait en effet l'objet d'une étude au cas par cas et d'un aval préalable des services avant toute installation. Par ailleurs, dans les périmètres protégés (abords monuments historiques, sites patrimoniaux remarquables, ...), l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France est requis. De plus, la limitation à 2 m<sup>2</sup> des mobiliers urbains en zone 2 proscrit toute possibilité d'implantation de colonnes culturelles et/ou de mobiliers d'information de grand format, pourtant au service de la communication culturelle ou institutionnelle.

**En conséquence, sur l'ensemble de ces points, nous préconisons d'autoriser le mobilier urbain publicitaire en toutes zones du RLP, en le plaçant sous le régime prévu par les articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement et en maintenant la levée de l'interdiction relative de publicité prévue à son égard (article P0.2 du RLP).**

Enfin, la collectivité prévoit de fixer une plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses de 23 heures à 7 heures et ce, sans mentionner le cas spécifique du mobilier urbain.

Sur ce point, le décret n°2022-1294 du 5 octobre 2022 relatif notamment aux règles d'extinction des publicités lumineuses prévoit, **depuis le 1er juin 2023**, une règle d'extinction entre 1 heure et 6 heures pour les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain, **à l'exception de celles supportées par le mobilier affecté aux services de transports durant les heures de fonctionnement desdits services** (nouvel article R.581-35 du Code de l'environnement).

Dans ce contexte, nous proposons de tenir compte de ces éléments au sein du futur RLP et de **prévoir que les abris-voyageurs puissent rester éclairés jusqu'à la fin du service.**

Pour rappel, l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations » (Conseil d'Etat, 4 décembre 2013, req. n° 357839). »

- Enfin, personne ne s'est présenté à la troisième et dernière permanence du 01.12.23.

Après avoir analysé le projet de règlement et les différentes observations susmentionnées, je considère que, globalement, le Règlement Local de Publicité, élaboré par la commune de Grimaud, a trouvé un bon équilibre entre le respect de l'environnement et du cadre de vie des habitants, d'une part, et la promotion de l'activité économique, d'autre part.

Ce PV de synthèse a été adressé à Mme Laëtitia DELSEMME, directrice de l'environnement à la mairie de Grimaud, le 03.12.23 et le mémoire en réponse, très bien argumenté, a été envoyé au commissaire enquêteur par le Maire de Grimaud, M. Alain BENEDETTO, le 18.12.23.

Dans le mémoire en réponse, le Maire articule son développement autour de huit thématiques qui feront l'objet d'une analyse détaillée dans la formulation de l'avis :

- Aspect, habillage et accessoires annexes à la publicité
- Pollutions lumineuses
- Surface des publicités murales
- Enseignes temporaires
- Valorisation du centre historique
- Possibilité d'affichage sur mobilier urbain
- Eclairage sur les abris-voyageurs
- Réponses apportées par la commune aux avis des Personnes Publiques Associées.

## 2.2 – BILAN DU PROJET ET FORMULATION DE L'AVIS

Vu les articles L 581-14 à L 581-14-4 du code de l'environnement ;

Vu les articles R 581-72 à R 581-80 du code de l'environnement ;

Vu les articles L 103-2 et L 103-4 du code de l'urbanisme ;

Vu les articles L 132-7 et L 153-16 du code de l'urbanisme ;

Vu la délibération du Conseil municipal de Grimaud n° 2011/13/108 du 22.09.11 concernant l'approbation du projet de règlement de publicité, des enseignes et des préenseignes à mettre en œuvre sur le territoire communal ;

Vu l'arrêté municipal n° 2011/327 du 18.10.11 relatif à l'adoption définitive du Règlement Local de Publicité ;

Vu le décret n° 2012-118 du 30.01.12 relatif à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, codifié dans le code de l'environnement ;

Vu la délibération du Conseil municipal de Grimaud n° 2019/17/281 du 02.12.19 prescrivant la mise en révision du Règlement Local de Publicité ;

Vu la délibération du Conseil municipal de Grimaud n° 2023/11/073 du 25.05.23 tirant le bilan de la concertation publique et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité ;

Vu l'arrêté du Maire n° 2023-711 du 23.10.23 prescrivant l'enquête publique relative à la procédure d'élaboration du règlement local de publicité de la commune de Grimaud ;

### *Sur le déroulement de l'enquête*

Je considère :

- que toute personne intéressée par le projet a pu prendre connaissance du dossier-papier ou de la version numérisée sur le site internet de la commune et consigner, éventuellement, ses observations sur le registre d'enquête ou me les faire parvenir par voie postale ou électronique ;
- que les modalités prescrites de l'enquête publique ont été mises en œuvre de façon satisfaisante y compris l'information du public, par annonce légale dans la presse locale, par affichage à l'hôtel de ville de Grimaud et au voisinage de lieux de passage et d'activités dans la commune et par voie électronique, et qu'en conséquence la procédure codifiée a été respectée ;
- que la participation de la population à cette enquête publique a été assez faible puisque les observations consignées sur le registre concernent, seulement, 3 personnes dont 1 personne qui s'est présentée à la deuxième permanence et qu'un courriel a été reçu sur le site internet de la commune et a été consigné sur le registre, comme l'a été le courrier, adressé au commissaire enquêteur, reçu en mairie ;

*Sur le processus de concertation mis en place avec le public, depuis fin 2019*

Je considère :

- que, même si la concertation est devenue une composante obligatoire de la démarche d'élaboration du RLP, les actions entreprises par la commune ont été de grande qualité ;
- que la diffusion de l'information a été très large par plusieurs canaux (affichage, ouverture d'une page dédiée sur le site internet de la commune, mise à disposition du public des documents disponibles en temps réel - diagnostic, orientations, plan de zonage..., deux articles sur la concertation dans la revue municipale, Grimaudmag, distribuée par courrier et disponible sur internet et en mairie) ;
- que, pendant plus de deux ans, du 31.03.21 au 15.04.23, un dossier contenant tous les documents élaborés pour cette révision du RLP et un registre d'observations ont été mis à la disposition du public, en mairie ;
- que deux réunions d'échange ont concerné, d'une part, l'ensemble de la population communale, dont les commerçants locaux, et, d'autre part, les professionnels de la publicité et que prévues toutes les deux, dans l'après-midi du 25.10.22, elles ont fait l'objet d'un avis dans la presse, sur internet, par affichage et sur les réseaux sociaux ;
- qu'il n'y a pas eu d'observations sur le registre, mais que cela peut s'expliquer par la participation de la population, des commerçants et des professionnels aux réunions publiques organisées et par la faible densité de dispositifs publicitaires sur la commune ; que chacune des réunions publiques a réuni une quinzaine de participants et les échanges ont, notamment, permis de procéder à des ajustements du RLP ;
- que, finalement, on a assisté à un processus très transparent qui a contribué au bilan très favorable de cette concertation ;



## *Sur les observations et le mémoire en réponse de la commune*

Je considère :

- que les observations du président de l'Union de la Publicité extérieure (UPE) reçues par courriel s'articulent autour de quatre thématiques :
  - \* l'article P0.4 « Aspect, habillage et accessoires annexes à la publicité » ;
  - \* les articles P0.6 « Publicité lumineuse » et E0.3 « Enseigne lumineuse » ;
  - \* l'article P2.2 « Publicité apposée sur un mur » ;
  - \* l'article E0.4 « Enseigne temporaire » ;
- que l'UPE propose que la disposition de l'article P0.4 soit formulée de la façon suivante :

« Un dispositif peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité » ;
- que la commune, en réponse, indique que la formulation proposée pourra être reprise dans le règlement, néanmoins, il ne lui paraît pas opportun de mentionner « les écrans », ceux-ci étant interdits sur la commune par application des articles R 581-34 et R 581-42 du code de l'environnement ;
- que l'UPE, pour les publicités et les enseignes lumineuses, suggère de fixer une surface cumulée à 2 m<sup>2</sup> du / des dispositif(s) numérique(s) implanté(s) derrière une vitrine ou baie dans l'ensemble du territoire communal et de supprimer la limitation à un dispositif par activité ;
- que la commune, quant à elle, souhaite, au regard des caractéristiques urbaines et paysagères de la commune et des pollutions lumineuses engendrées par ce type de dispositif, limiter le nombre de dispositifs par activité et les formats autorisés. Ainsi, la commune souhaite rester sur le format maximum proposé dans la version arrêtée, à savoir 1 m<sup>2</sup> ;
- que l'UPE, en ce qui concerne la publicité murale - ZP3, demande de tenir compte d'un format des dispositifs publicitaires qui soit conforme à la norme nationale ;
- que la commune répond que la proposition de l'UPE pourra être reprise dans le règlement et un format de 2 m<sup>2</sup> pourrait être envisagé au sein de la ZP3, sachant que les possibilités d'implantation sont limitées aux seuls murs aveugles ;

- que l'UPE propose de modifier les dispositions de l'article P2.2 de la manière suivante :  
« La publicité apposée sur un mur est autorisée dans la limite de 4,70 m<sup>2</sup> » ;
- que la commune, en lien avec la réponse apportée au point précédent, souhaite conserver des affichages publicitaires limités (format de 2 m<sup>2</sup> possible) et privilégier la visibilité des enseignes d'activités locales au sein des zones économiques ;
- que l'UPE préconise, en ce qui concerne des enseignes temporaires, de s'en tenir au règlement national de publicité (RNP) et de ne pas fixer de surface maximale s'agissant des enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- que la commune mentionne que cette demande pourra faire l'objet d'un ajustement des règles de format pour les enseignes temporaires. Néanmoins, cette évolution restera modérée afin de correspondre à la volonté de la commune de préserver les paysages ;
- que Mme ROCHE, qui s'est présentée à la seconde permanence, a, notamment, souhaité une meilleure harmonisation esthétique au sein du centre historique ;
- que la commune, en réponse, souligne que de nombreuses règles en matière d'enseignes sont intégrées au règlement et vont dans le sens d'une recherche de valorisation du centre-historique ;
- que les observations envoyées, par mail et courrier recommandé, par le directeur de JCDecaux PACA, ont trait au mobilier urbain ;
- qu'il a été rappelé, par JCDecaux PACA, que le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés et que, par ailleurs et contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public est entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité. Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante ;

- que la commune, en réponse, souligne, au regard du mobilier urbain déjà existant sur la commune et des sensibilités patrimoniales et paysagères du territoire, avoir fait le choix en concertation avec les personnes publiques associées et les administrés de conserver les possibilités d'affichage sur mobilier urbain, tout en limitant les formats et le nombre de dispositifs sur son territoire. L'implantation de colonnes porte-affiches culturelles n'est pas interdite. La rédaction de l'article P1.4 sera ajusté pour enlever toute ambiguïté ;
- que JCDecaux indique que la collectivité prévoit de fixer une plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses de 23 heures à 7 heures et ce, sans mentionner le cas spécifique du mobilier urbain.  
Sur ce point, le décret n°2022-1294 du 5 octobre 2022 relatif notamment aux règles d'extinction des publicités lumineuses prévoit, depuis le 1er juin 2023, une règle d'extinction entre 1 heure et 6 heures pour les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain, à l'exception de celles supportées par le mobilier affecté aux services de transports durant les heures de fonctionnement desdits services (nouvel article R 581-35 du Code de l'environnement). Dans ce contexte, il est proposé de tenir compte de ces éléments au sein du futur RLP et de prévoir que les abris-voyageurs puissent rester éclairés jusqu'à la fin du service ;
- que la commune répond positivement que le règlement du RLP sera ajusté afin de permettre le maintien de l'éclairage sur les abris-voyageurs le temps du service ;
- que, après avoir analysé le projet de règlement et les différentes observations susmentionnées, le Règlement Local de Publicité, élaboré par la commune de Grimaud, a, globalement, trouvé un bon équilibre entre le respect de l'environnement et du cadre de vie des habitants, d'une part, et la promotion de l'activité économique, d'autre part ;

*Sur les avis des Personnes Publiques Associées et le mémoire en réponse de la commune*

Je considère :

- que le tableau, ci-après, préparé par la commune, est une synthèse intéressante de l'avis des Personnes Publiques Associées et de la réponse à leurs observations ;

## Analyse des Avis PPA et réponses apportées

<b>RÉGION (7 JUILLET 2023)</b>	-
<b>CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT (10 JUILLET 2023)</b>	<b>AVIS FAVORABLE</b>
<b>DDTM (26 SEPTEMBRE 2023)</b>	<b>AVIS FAVORABLE</b>
Page 27 du diagnostic : coquille à corriger « mention de l'article L.581-4 au lieu du L.581-8 du CE. »	La coquille sera corrigée dans le diagnostic comme souhaité par la DDTM.
Article 1 – Portée du règlement Joindre l'annexe 3.4 énoncé	Il s'agit d'une erreur rédactionnelle, l'annexe mentionnée est en fait la 3.3...
<b>Article P0</b> <b>Dispositions générales</b> L'horaire d'extinction des publicités lumineuses pourrait débuter à 22h au lieu de 23 h	Au vue du caractère touristique de la commune, la commune souhaite mettre en place des plages horaires d'éclairages suivant les saisons. Ainsi, à la basse saison d'Octobre à Mars les enseignes devront être éteinte de 22h à 7h. Et en haute saison d'Avril à Septembre, les enseignes devront être éteinte de 23h à 7h.
<b>Article P1.4</b> <b>Dispositions applicables aux ZP1 (le village), ZP2 (Port Grimaud) et ZP4 (quartiers résidentiels)</b> Préciser si le nombre de mobilier urbain (limité à 5) s'entend au total pour les 2 zones ou si c'est par zone.	La correction sera apportée pour éclaircir ce point. Il s'agit d'une limite de nombre toutes zones confondues (ZP2 + ZP4).
<b>Article E0</b> <b>Prescriptions communes à l'ensemble des zones</b> L'horaire d'extinction des enseignes lumineuses pourrait débuter à 22h au lieu de 23 h	Au vue du caractère touristique de la commune, la commune souhaite mettre en place des plages horaires d'éclairages suivant les saisons. Ainsi, à la basse saison d'Octobre à Mars les enseignes devront être éteinte de 22h à 7h. Et en haute saison d'Avril à Septembre, les enseignes devront être éteinte de 23h à 7h.
<b>Sous-article E1.6</b> <b>Enseigne apposée directement sur le sol</b> Cet article laisse à penser que les dispositifs sont situés sur le domaine public. Ces dispositions sont donc illégales et doivent être retirées.	La rédaction de cet article sera revue afin de ne permettre l'implantation des enseignes apposées directement sur le sol uniquement dans l'emprise de terrasse faisant l'objet d'une autorisation d'occuper le domaine public.
<b>Sous-article E2.6</b> <b>Enseigne apposée directement sur le sol</b>	L'article E2.6 pourra être ajusté également.

<p><b>Annexes 3.1</b>  <b>Document graphique</b>  Le plan de zonage fourni dans le dossier dématérialisé est d'un format approprié pour permettre une étude précise. Veiller à produire un plan papier à l'échelle suffisante.</p>	<p>L'impression du plan au format A0 permet une étude précise du dossier.</p>
<p><b>Annexes 3.2</b>  <b>Limites d'agglomérations</b>  Il serait opportun de mettre à jour l'arrêté fixant les limites d'agglomération.</p>	<p>L'arrêté des limites d'agglomérations sera actualisé</p>
<p><b>CHAMBRE D'AGRICULTURE DU VAR</b></p>	<p><b>AVIS FAVORABLE</b></p>
<p><b>LE DÉPARTEMENT</b></p>	<p><b>PAS D'AVIS (UNIQUEMENT DES OBSERVATIONS)</b></p>
<p>Rapport de présentation : Correction en page 14.  Le trafic de la RD 559 est plutôt stable.</p>	<p>Le rapport de présentation sera corrigé en ce sens.</p>
<p>Rapport de présentation : Page 30. Rappeler que l'implantation du mobilier urbain aménagé pour recevoir de la publicité sur le domaine public routier départemental doit être autorisée par une permission de voirie (comme précisé à l'article P0.5 du règlement).</p>	<p>Le rapport de présentation sera corrigé en ce sens.</p>
<p>L'article 1<sup>er</sup> du règlement fait référence aux articles du règlement de voirie départemental. Ce dernier va évoluer. Il serait opportun de retirer les références aux articles et de le rédiger ainsi : « Les dispositions du règlement départemental de voirie du Var demeurent applicables de plein droit, notamment les articles relatifs aux saillies autorisées, aux supports publicitaires et aux mobiliers urbains ».</p>	<p>Le règlement sera corrigé en ce sens.</p>
<p>Règlement : Article P0.9 : il est proposé de joindre en annexe du RLP l'arrêté des emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.</p>	<p>L'arrêté des emplacements destinés à l'affichage d'opinion sera joint au dossier approuvé</p>
<p>Règlement : Article P0.10 : Il pourrait être précisé en complément qu'à défaut d'entretien par l'exploitant, cette responsabilité revient au client.</p>	<p>Le règlement pourra être complété en ce sens.</p>
<p>Règlement : Article P2.2. Cet article fixe la surface maximale des publicités apposées sur un mur. Pour éviter les erreurs d'interprétation, il conviendrait de rappeler que la publicité apposée sur un mur n'est</p>	<p>Le règlement sera complété en ce sens.</p>

<p>autorisée que sur les murs aveugles ou ne comportant que des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m<sup>2</sup>, en application de l'article R581-22 du code de l'environnement.</p>	
<p>Règlement : Article P3 : à la fin de la seconde phrase, il serait utile de faire un rappel en ajoutant la mention « selon les dispositions de l'arrêté du 23/03/2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires ».</p>	<p>Le règlement sera complété en ce sens.</p>
<p>Règlement : Article E0.5 : il pourrait être utile d'ajouter que la suppression de l'enseigne peut aussi être assurée, à défaut, par le propriétaire du fond de commerce.</p>	<p>C'est dans cet optique qu'est rédigé le dernier paragraphe de l'article E0.5. « Dans l'ensemble des zones de publicité identifiée au RLP (ZP1 à ZP5), tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants, conformément à l'article L.581-14 du code de l'environnement. »</p>
<p>Règlement : Article E1.6.3 : notre attention est attirée sur le fait que les dispositifs posés chaque jour sur le domaine public, à plus ou moins 5 mètres de l'établissement, constituent des préenseignes et non pas une enseigne.</p>	<p>La rédaction de cet article sera revue afin de ne permettre l'implantation des enseignes apposées directement sur le sol uniquement dans l'emprise de terrasse faisant l'objet d'une autorisation d'occuper le domaine public.</p>
<p>Annexes au règlement : l'arrêté fixant les limites d'agglomération, qui figure en annexe 3.2.1, a été abrogé par l'arrêté 2013-065 du 18/03/2013. En application de l'article R581-78 alinéa 2 du code de l'environnement, il est nécessaire d'annexer au RLP l'arrêté en vigueur, ainsi qu'un document graphique représentant les limites d'agglomérations.</p>	<p>L'arrêté de limite d'agglomération sera actualisé, tout comme le document graphique.</p>
<p><b>UDAP</b></p>	<p><b>PAS D'AVIS (UNIQUEMENT DES OBSERVATIONS)</b></p>
<p>Règlement : il serait opportun d'écarter les enseignes sur auvent et marquise au profit d'un dispositif de lambrequin sous auvent, par exemple.</p>	<p>Afin de valoriser encore un peu plus la qualité des enseignes en centre-ville, les enseignes sur marquise seront interdites et les enseignes sur auvent autorisées uniquement sur le Lambrequin.</p>
<p>Règlement : page 20 Il est mentionné « les lettrages et signes composant l'enseigne doivent s'inscrire de préférence sur un fond de couleur uni ». Il semble plus adapté à un</p>	<p>Le règlement sera corrigé en ce sens.</p>

<p>règlement de supprimer la mention « de préférence » pour faciliter l'instruction et éviter l'interprétation de la règle.</p>	
<p>Il est recommandé de mettre en annexe les fiches conseil réalisées par le CAUE et l'UDAP concernant les enseignes et devantures commerciales. Ces fiches complètent le RLP en matière de lignes de composition architecturale.</p>	<p>Les fiches du CAUE seront annexées au RLP.</p>
<p><b>CDNPS (12 SEPTEMBRE 2023)</b></p>	<p><b>PAS D'AVIS (UNIQUEMENT DES OBSERVATIONS)</b></p>
<p>Il est préconisé d'écarter les « enseignes sur auvent et marquise » au profit d'un dispositif « sur lambrequin sous auvent » ;</p>	<p>Afin de valoriser encore un peu plus la qualité des enseignes en centre-ville, les enseignes sur marquise seront interdites et les enseignes sur auvent autorisées uniquement sur le Lambrequin.</p>
<p>Afin d'éviter tout litige, la suppression de la mention « de préférence » : page 20 du règlement dans la phrase suivante : « les lettres et signes composant l'enseigne doivent s'inscrire de préférence sur un fond de couleur unie » est demandée</p>	<p>Le règlement sera corrigé en ce sens.</p>
<p>L'extinction de la publicité lumineuse est prévue entre 23 heures et 7 heures : ces horaires pourraient être élargis et débuter à 22 heures, sans nuire aux activités du territoire</p>	<p>Au vue du caractère touristique de la commune, la commune souhaite mettre en place des plages horaires d'éclairages suivant les saisons. Ainsi, à la basse saison d'Octobre à Mars les enseignes devront être éteinte de 22h à 7h. Et en haute saison d'Avril à Septembre, les enseignes devront être éteinte de 23h à 7h.</p>
<p>Les fiches « conseil » réalisées par le CAUE et l'UDAP seront annexées au RLP et le compléteront en matière de lignes de composition architecturale.</p>	<p>Les fiches du CAUE seront annexées au RLP.</p>
<p>Le dispositif d'enseignes posées au sol, de type chevalet ou porte-menu, est à éviter. Compte tenu de leur grande mobilité, le respect de leur implantation est, en effet, difficile à obtenir.</p>	<p>La rédaction de cet article sera revue afin de ne permettre l'implantation des enseignes apposées directement sur le sol uniquement dans l'emprise de terrasse faisant l'objet d'une autorisation d'occuper le domaine public.</p>

- que ce qui se dégage de ces avis des Personnes Publiques Associées et du mémoire en réponse de la commune:
  - c'est, d'abord, la fréquence élevée des avis favorables des PPA au projet de la commune (contrairement à ce qu'on peut rencontrer dans des enquêtes publiques, de nature différente);
  - c'est, ensuite, l'importance des remarques formelles par rapport aux remarques de fond ;
  - c'est, enfin, la pertinence des remarques des PPA puisque, en réponse, la commune, dans la très grande majorité des cas, accepte de modifier le RLP en conséquence ;
  
- que la proposition de la CDNPS et de la DDTM relative à l'extinction de la publicité lumineuse, toute l'année, entre 22h00 et 07h00 m'apparaît tout à fait pertinente.

## FORMULATION DE L'AVIS

Au terme de cette enquête publique que j'ai diligentée et en raison :

- du déroulement régulier de l'ensemble du processus d'enquête et de l'information de la population dispensée selon les modalités prescrites de l'enquête, même si elle n'a suscité qu'une faible participation du public,
- de mon propre examen du dossier que je considère comme bien documenté, complet et cohérent (après actualisation, suite à ma demande, de la note afférente à l'enquête publique et mention des textes régissant l'enquête publique, début novembre 2023),
- du processus volontariste de la commune d'échange avec le public, à partir du 02.12.19, et des modalités de la concertation qui ont toutes été accomplies, permettant d'associer la population à toutes les étapes majeures de cette élaboration et de dégager, in fine, un bilan favorable de cette concertation,
- du mémoire en réponse de la commune face aux observations - très techniques - qui témoigne, vis-à-vis de la plupart des modifications proposées, à la fois, d'une fermeté manifeste par rapport à la version arrêtée par la commune et d'une adaptation dans quelques autres cas de nature plus formelle,
- de l'association des Personnes Publiques qui a rencontré un écho très favorable quant à l'appréciation des choix de la commune pour ce RLP, et, en réponse, de la souplesse de la commune pour s'adapter aux remarques, souvent formelles, proposées,



- des dispositions du RLP prises en faveur de la préservation de l'environnement, du patrimoine et du cadre de vie, avec, notamment, le maintien de l'image du centre historique, la préservation et le développement d'une identité visuelle pour la cité lacustre de Port Grimaud et, globalement, l'homogénéisation des trois dispositifs et la réduction de la publicité, de façon importante,
- des dispositions du RLP prises en faveur du maintien et de la valorisation de l'attractivité économique, notamment du pôle d'activités du Grand Pont, avec un potentiel de visibilité économique à conserver,
- in fine, d'un Règlement Local de Publicité qui permet d'ajuster la réglementation nationale aux enjeux spécifiques de la commune de Grimaud : environnementaux, paysagers, patrimoniaux, touristiques et économiques,

J'EMETS UN AVIS FAVORABLE, AVEC DEUX RECOMMANDATIONS, CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE LA COMMUNE DE GRIMAUD.

PREMIERE RECOMMANDATION : JE M'ASSOCIE A LA PROPOSITION DE LA COMMISSION DEPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES (CDNPS) ET DE LA DIRECTION DEPARTEMENTALE DES TERRITOIRES ET DE LA MER (DDTM) CONCERNANT L'EXTINCTION DE LA PUBLICITE LUMINEUSE, TOUTE L'ANNEE, ENTRE 22H00 ET 07H00 QUI M'APPARAIT PERTINENTE ET RAISONNABLE DANS UN CONTEXTE NATIONAL DE TRANSITION ECOLOGIQUE.

DEUXIEME RECOMMANDATION : JE M'ASSOCIE A LA PROPOSITION DU DEPARTEMENT DU VAR, EN CE QUI CONCERNE L'ARTICLE P0.9 DU REGLEMENT, DE JOINDRE EN ANNEXE DU RLP L'ARRETE DES EMPLACEMENTS DESTINES A LA PUBLICITE RELATIVE AUX ACTIVITES DES ASSOCIATIONS SANS BUT LUCRATIF.

Fait à Saint Raphaël, le 12.01.24



Le commissaire enquêteur

Luc BONNAMOUR

25

Luc BONNAMOUR Conclusions E23000046/83 Elaboration du règlement local de publicité de Grimaud