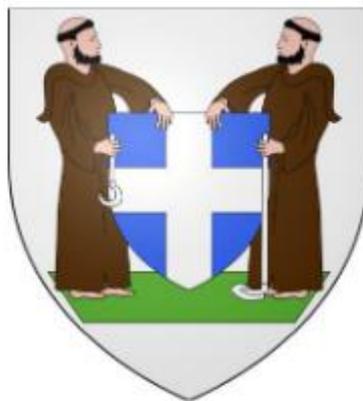


ENQUETE PUBLIQUE

RELATIVE AU PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE LA COMMUNE DE PEYMEINADE



Peymeinade

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Décision de désignation en date 1er septembre 2023

Arrêté municipal du 15 septembre 2023

Enquête publique du 9 octobre au 10 novembre 2023

Rapport du Commissaire enquêteur

SOMMAIRE

Glossaire	Page 3
Contexte et synthèse du projet	Page 6
Descriptif du Projet, Composition du dossier	Page 7
Diagnostic	Page 14
Orientations	Page 23
Objectifs, Enjeux, Explication des choix	Page 25
Bilan de la concertation	Page 28
Avis des PPA	Page 29
Projet de règlement finalisé	Page 32
Préparation, déroulement, clôture de l'enquête	Page 35
Synthèse des observations, contre-propositions du public et réponses de la Commune	Page 37
Appréciation générale du Commissaire enquêteur	Page 47

GLOSSAIRE

RLP

Règlement Local de Publicité

RNP

Règlement National de Publicité

CDNPS

Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites

Agglomération (Article R.110-2 du Code de la route) :

Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

Bandeau (de façade) :

Elément horizontal uni ou mouluré en saillie sur la façade qui marque la séparation entre les étages du bâtiment.

Caisson lumineux

Structure rigide avec façades translucides comportant un dispositif intérieur d'éclairage.

Chevalet :

Pré-enseigne ou publicité installée directement sur le sol généralement sur le domaine public devant un commerce.

Devanture :

Revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Dispositif d'affichage :

Dispositif spécialement conçu pour recevoir ou permettre l'exploitation d'une affiche ou de plusieurs affiches visibles successivement. Il peut comporter un plateau, un cadre, un piètement et des accessoires de sécurité ou d'éclairage.

Dispositif publicitaire :

Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Enseigne éclairée :

Enseigne éclairée par spots, caisson, projection, rétro-éclairage.

Enseigne lumineuse :

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...).

Face (d'un panneau publicitaire)

Surface plate verticale supportant l'affiche.

Un dispositif scellé au sol peut être « double-face ».

Façade commerciale : Synonyme de « devanture ».

Lambrequin :

Bandeau d'ornement en bois ou en tôle, le plus souvent ajouré, placé soit dans l'embrasement d'une ouverture pour masquer le caisson de volet roulant ou le rouleau de store, soit au bord d'un toit sous l'égout.

Partie tombante d'un store de toile.

Mobilier urbain publicitaire :

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement. Il s'agit :

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis.
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial.
- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel.
- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.
- des mobiliers destinés à recevoir des oeuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Pré-enseigne :

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Projection ou transparence (éclairage par) :

La source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle l'éclaire lorsque la luminosité est trop faible. Exemples : spots, rampes, caisson translucide contenant des tubes fluorescents.

Publicité : Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Publicité de petit format :

Publicité intégrée à une devanture commerciale et ne recouvrant que partiellement la baie, régie par l'article L.581-8-III et R.581-57 du Code de l'environnement.

Publicité lumineuse :

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme des publicités lumineuses mais sont assujettis au régime de la publicité non-lumineuse, en application du dernier alinéa de l'article R.581-34 du Code de l'environnement.

Support :

Toute construction ou tout ouvrage (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptible de recevoir un dispositif publicitaire.

Surface d'un mur : Face externe, apparente du mur.

Surface de la publicité hors mobilier urbain : Surface hors-tout comprenant l'encadrement du dispositif publicitaire.

Surface de la publicité sur mobilier urbain : Surface de l'affiche ou de l'écran.

Temporaire : Dispositif installé à l'occasion d'un événement exceptionnel tel que défini par le code de l'environnement : Opération commerciale, culturelle, immobilière.

Vitrine : Baie vitrée d'un local commercial. Espace aménagé derrière cette baie où sont exposés les produits.

CONTEXTE ET SYNTHÈSE DU PROJET

Justification et Synthèse du projet de RLP

Par délibération en date du 18 septembre 2017, la Commune de Peymeinade a acté la caducité du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) des 5 communes de Peymeinade, Cabris, Le Tignet, Saint-Cézaire-sur-Siagne et Spéracèdes en vigueur depuis 1995 et prescrit l'élaboration de son RLP.

En effet, la loi ENE n°2010-788 du 12 juillet 2010 modifiant la réglementation de la publicité extérieure, apporte un cadre plus restrictif aux dispositifs publicitaires, notamment par l'instauration de règles de densité et de surface des enseignes ou d'extinction des dispositifs lumineux la nuit ou encore en matière de répartition des compétences entre le maire et le préfet.

En outre, l'habitat, les activités commerciales et industrielles ont factuellement transformé les territoires.

Pour ces communes, la mise à jour de leur règlement local de publicité (RLP) est donc nécessaire pour s'adapter au mieux aux réalités du territoire et aux nouvelles normes en vigueur.

Peymeinade a approuvé par cette délibération le principe de la constitution entre les 5 communes d'un groupement de commande destiné à servir de cadre à l'élaboration des RLP communaux, ainsi que d'un plan de jalonnement de signalisation d'information locale par commune. (choix en juin 2019 des cabinets IMMERGIS et Cadre & Cité).

L'agglomération de Peymeinade qui fait partie de la Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse (CAPG) dispose de la compétence pour établir son propre PLU, le RLP ayant vocation à lui être annexé.

L'objectif principal de l'élaboration d'un RLP est de préserver le cadre de vie tout en conservant à la fois la liberté d'affichage. Il permet d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux besoins des spécificités locales

en s'adaptant à chaque type d'espace (naturel, urbain, bâti historique etc.). Le RLP peut définir plusieurs zones avec des règles spécifiques selon le zonage ou le type de paysage et applique des règles plus restrictives que le règlement national par exemple dans les coeurs de ville ou pour les zones pavillonnaires.

Ainsi, le RLP est un outil opérationnel pour la mise en oeuvre d'une politique de paysage à l'échelle d'un territoire.

Les lignes de force du projet tracées par la commune de Peymeinade, outre la mise en conformité avec le cadre législatif et réglementaire, visent à :

- **accompagner le dynamisme de l'activité commerciale, artisanale et industrielle en garantissant la compatibilité des implantations publicitaires avec la préservation du cadre de vie et de la qualité paysagère,**
- **éviter une inflation de supports publicitaires entre les 5 communes et garantir la cohérence d'ensemble,**
- **réduire la pollution visuelle en agissant sur le type, le format et la densité des publicités et enseignes.**

La délibération du 15 mars 2023 a dressé le bilan de la concertation publique :

Actant la vocation du RLP d'éviter les implantations anarchiques de panneaux et la pose d'enseignes inadaptées, pour la préservation d'un environnement urbain ayant privilégié des actions soutenues pour le fleurissement permanent, la préservation de la dimension artistique, la réfection des places, la mise en lumière de monuments emblématiques....

Rappelant l'obligation de dépôt en mairie des demandes d'autorisation préalable pour chaque nouvelle enseigne ou publicité, le nouveau RLP étant d'application immédiate pour ces nouveaux dispositifs, dans un délai de 2 ans pour les publicités existantes et de 6 ans pour les enseignes existantes.

Validant la transmission pour avis du projet finalisé aux Personnes Publiques Associées (code de l'urbanisme et code de l'environnement :

Préfet, SCoT'Ouest, CDNPS), en appui sur des échanges techniques réguliers avec la DDTM et une réunion préparatoire le 8 juillet 2022, puis l'organisation d'une enquête publique.

Ont été rappelées les publications d'informations sur le processus d'élaboration du RLP dans le journal municipal, sur le site internet de la commune, dans Nice Matin (février 2018), Peymei'Mag (juin et septembre 2019), le Fil de l'Info (décembre 2022).

Le RLP communal de Peymeinade arrêté concerne ainsi la publicité, les enseignes et pré-enseignes, présente un diagnostic du parc d'affichage publicitaire, des orientations et une explication des choix.

Le RLP s'applique sur l'ensemble du territoire communal. Les dispositions du règlement national qui ne sont pas modifiées par le règlement local demeurent opposables.

Le règlement s'applique sans préjudice des autres réglementations nationales ou locales relatives à la publicité extérieure qui restent applicables de plein droit, et notamment le Code de l'urbanisme, le Code de la voirie routière, le Code de la route, le Code du patrimoine, le Code de l'environnement.

Les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité, à l'exception des règles applicables aux pré-enseignes dérogatoires.

Deux zones sont instituées sur le territoire aggloméré de Peymeinade :

- la zone 1 correspond au linéaire commercial de la route départementale 2562 ;
- la zone 2 correspond aux secteurs urbains qui ne sont pas compris dans la zone 1.

Hors agglomération, les enseignes sont soumises aux dispositions de la zone 2.

Les pré-enseignes dérogatoires sont admises dans les conditions définies par le règlement national de publicité.

Sont annexés au règlement :

- le document graphique faisant apparaître les zones ;
- l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique ;

Composition du dossier

 DEL2023-025 - Elaboration Règlement Lo...

 PEYMEINADE 2017-068- prescription élab...

 230209 Peymeinade-RLP

 230210 Peymeinade_Rapport Présentation

 230302 Peymeinade RLP Annexe

 230302 Peymeinade RLP Zonage

 DEL2023-025 - Elaboration Règlement Lo...

 1157 - Courrier Préfet avis favorable RLP

 Avis favorable SCOT RLP

 CR de la CDNPS du 31 mai 2023 - formati...

Champ d'application du RLP

La publicité se définit comme toute inscription, forme ou image, destinées à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

Une publicité peut être :

- Scellée au sol ;
- Sur un mur ou une clôture existante ;
- Sur une bâche (de chantier ou autre) ;
- Sur du mobilier urbain (abris destinés au public, colonne porte-affiche, kiosque à journaux, mât porte affiche, mobiliers d'information).

La publicité peut être lumineuse. Plusieurs types de publicités lumineuses existent :

- Publicités éclairées par transparence ou projection (spots, rampes),
- Publicité composée de néons, par exemple sur toiture,
- Publicités numériques.

A cette liste peuvent être ajoutées les publicités sur véhicule.



Les enseignes se définissent comme toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s’y exerce



L’enseigne peut être apposée sur un mur (parallèlement ou perpendiculairement à celui-ci), sur une toiture ou scellée au sol.

Les pré-enseignes se définissent comme toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d’un immeuble où s’exerce une activité déterminée.



En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux mêmes dispositions que la publicité.

Plusieurs concepts sont à retenir pour l'élaboration du RLP

- ✓ **L'agglomération**, espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui la borde, sachant que la jurisprudence fait prévaloir la notion matérielle de l'agglomération qui commence là où le bâti urbain devient rapproché.

Il revient au maire de fixer les entrées et les sorties d'agglomération par arrêté afin que les limites de l'agglomération soient bien définies.

En dehors de l'agglomération toute publicité est interdite. Les préenseignes sont aussi interdites hors agglomération, à l'exception de quelques-unes, dites « pré-enseignes dérogatoires ».

- ✓ **L'unité urbaine** se définit par la continuité du bâti et un seuil de population (normes INSEE)
- ✓ **Le contexte territorial**

Peymeinade située à moins de 10 kilomètres de Grasse comprend **8 359 habitants** et appartient à l'unité urbaine de Nice qui regroupe 51 communes.

Les dispositifs publicitaires situés dans l'agglomération de Peymeinade sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Notamment, les publicités scellées au sol y sont autorisées.

Le règlement national de publicité (RNP)

Les prescriptions d'un RLP sont plus restrictives que le règlement national, sur l'ensemble d'une commune ou sur certaines zones seulement, selon le zonage défini.

Pour installer une publicité, une enseigne ou une pré-enseigne sur un territoire couvert par un RLP, la compétence d'instruction appartient au maire de la commune, même si cette commune est membre d'un EPCI.

Cependant, la loi 2021-1104 du 22 août 2021 portant sur la « lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » transfère aux présidents des EPCI les prérogatives des maires en matière de police de la publicité, à compter du 1^{er} janvier 2024.

	Compétences
Demande d'autorisation pour l'implantation d'une publicité lumineuse dans une commune dotée d'un RLP	Maire ⁷
Demande d'autorisation d'installation d'une bâche comportant de la publicité dans une commune non dotée d'un RLP	Le Maire au nom de l'Etat ⁸
Remplacement ou modification d'une bâche publicitaire	- Le maire si la commune possède un RLP - Le préfet si la commune ne dispose pas de RLP ⁹
Prise d'un arrêté de mise en demeure visant un dispositif illégalement implanté dans une commune ne disposant pas de RLP	Le préfet ¹⁰
Prise d'un arrêté de mise en demeure visant un dispositif implanté sur le territoire de l'EPCI	Le maire ¹¹
Instruction d'une demande d'installation d'une enseigne dans une commune membre d'un PNR et membre d'un EPCI doté d'un RLPi	Le maire ¹²

Les publicités et pré-enseignes

Les interdictions

En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux mêmes dispositions que pour la publicité. Les règles qui suivent sont donc applicables à ces deux types de dispositif.

Il est interdit d'apposer de la publicité sur :

- les arbres ;
- les plantations ;
- les poteaux de transport de distribution électrique ;

- les poteaux de communication ;
- les installations d'éclairage public ;
- les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale maritime ou aérienne ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles (ajourée, végétalisée ou sur grillage) ;
- les murs des bâtiments comportant une ouverture d'une surface supérieure à 0.5 m² ;
- les monuments classés ou inscrits ;
- les murs de cimetière et de jardin public.

La publicité est également interdite :

- aux abords des monuments classés ou inscrits ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables ;
- dans les coeurs de parcs nationaux et réserves naturelles ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les zones Natura 2000.

Nota bene : Si Peymeinade n'est pas située dans un parc naturel régional et ne dispose pas de monuments classés ou inscrits, une partie de la commune fait partie du site classé Natura 2000 des Gorges de la Siagne. Le maire peut réintroduire de manière exceptionnelle la publicité dans certains lieux (Art. L581-8).

Les prescriptions

Toute publicité est interdite hors agglomération.

Toute publicité installée sur un immeuble doit obtenir l'autorisation écrite du propriétaire.

Tout exploitant, personne morale ou physique d'un tel dispositif se doit d'indiquer ses coordonnées (nom, adresse ou raison sociale) sur le dispositif.

Les publicités et leur support doivent être maintenus en bon état d'entretien et de fonctionnement par les entreprises qui les exploitent.

Les publicités non-lumineuses murales :

Les règles de **surface** et de **hauteur** sont liées au nombre d'habitants de l'agglomération¹⁷.

Peymeinade appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la surface maximum autorisée pour une publicité est de 12 mètres carrés avec une hauteur maximale de 7,5 mètres.

Une publicité murale ne peut être installée à moins de 0,50 mètre du sol. Dans le cas d'un sol en pente, aucun point de la publicité ne peut se situer à moins de 0,50 mètre du sol.

Une publicité murale ne peut dépasser les limites de l'égout du toit, ni dépasser les limites du mur qui la supporte. Elle ne peut être apposée sur une toiture ou sur une terrasse.

Les publicités non-lumineuses scellées au sol :

Interdiction d'apposer des publicités scellées au sol « *si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération* »¹⁸.

Leur **hauteur** est limitée à 6 mètres et leur surface ne peut dépasser 12 mètres carrés.

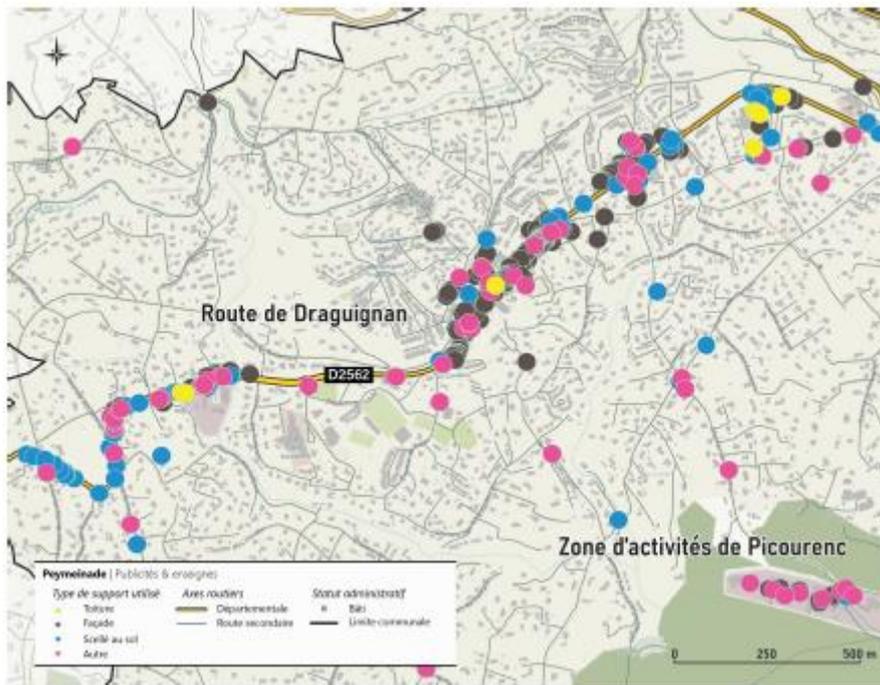
Diagnostic

L'ancien RLPI distinguait une zone de publicité autorisée hors agglomération et 4 zones de publicité restreinte en agglomération.

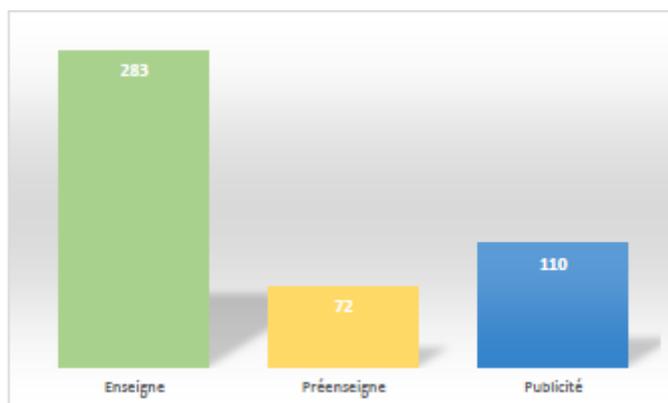
Les observations faites sur le territoire communal

Une campagne de relevés de terrain en voiture puis piétonne a été organisée sur le territoire de Peymeinade (août et décembre 2019).

On observe une forte concentration des dispositifs autour de la **route départementale (RD 2562) traversante sur un axe structurant Est/Ouest**, ce qui s'explique par la concentration des commerces autour de cet axe. Est également présent à l'Est un petit groupe de dispositifs faisant ressortir la **zone d'activité de Picourenc**.



Un total de 465 dispositifs a été recensé (283 enseignes, 110 publicités et 72 pré-enseignes)



Les dispositifs scellés au sol ou directement installés sur le sol représentent 42% des dispositifs relevés sur Peymeinade. Il y a peu de publicité sur mobilier urbain (6%).

Les mobiliers urbains utilisés sont : des mobiliers d'information de 2 m² (dits « sucettes » ou « planimètres ») ou des abris destinés au public.

La catégorie « autre » regroupe les supports tels que les clôtures, murets, totems, chevalets...

Les publicités ou pré-enseignes installées sur façade ne représentent que 17% (31 dispositifs relevés). Seulement 6% des publicités ou pré-enseignes sont supportées par un mobilier urbain (10 dispositifs).

Les dispositifs scellés au sol sont nettement représentés le long de la route de Draguignan.

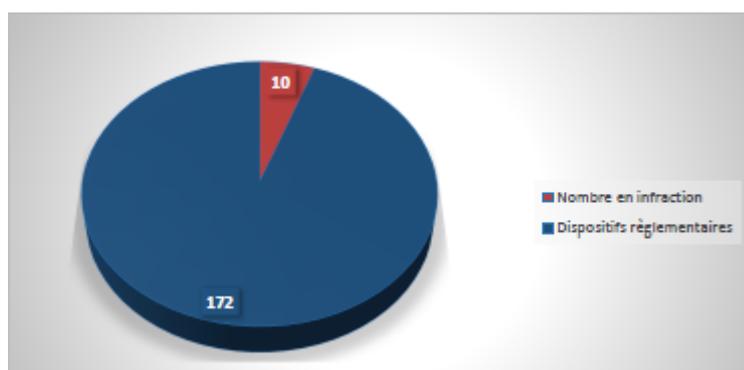
Aucune publicité n'a été relevée hors des limites du bâti.

Les dispositifs lumineux relevés

Sur les 182 publicités et préenseignes relevées, **seulement 17 sont lumineuses (éclairées par projection ou transparence)**, ce qui représente 9% des dispositifs publicitaires et pré-enseignes. Les publicités lumineuses sont donc peu nombreuses à Peymeinade. Aucune publicité numérique n'a été relevée sur la commune

Les infractions relevées sur les publicités et pré-enseignes

Dix irrégularités ont été relevées sur l'ensemble de la commune concernant les publicités et pré-enseignes, représentant seulement 5 % des publicités et pré-enseignes totales. Les non conformités relevées sont assez diverses (densité, entretien, etc.).



Une densité de panneaux publicitaires trop importante sur la même unité foncière.

Pour rappel, sur une unité foncière de moins de 80 mètres de long, seulement 2 dispositifs sont autorisés.

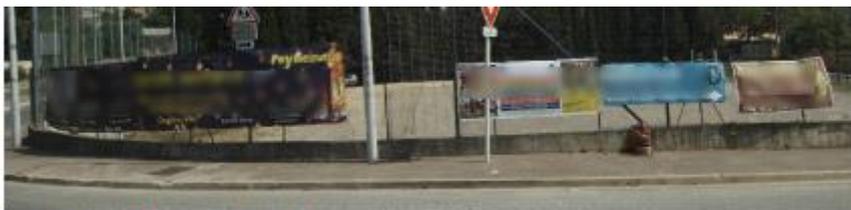


De la même façon que ci-dessus, la densité n'est pas respectée ici. Il y a trois dispositifs sur une unité foncière de moins de 30 mètres de long. Un seul est autorisé.



Route de Draguignan, Peymenade

Plusieurs publicités ou pré-enseignes installées sur une clôture, alors que les seuls supports autorisés sont les murs aveugles



Route de Draguignan, Peymenade

Les infractions concernant l'état du dispositif

La pré-enseigne est en mauvais état, elle est défraîchie ce qui la rend moins lisible.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état.



Route de Draguignan, Peymenade

Mauvais entretien de l'enseigne



Avenue de Boutiny, Peymeinade



Avenue de l'Amiral de Grasse, Peymeinade

Préenseigne vieillissante, à entretenir

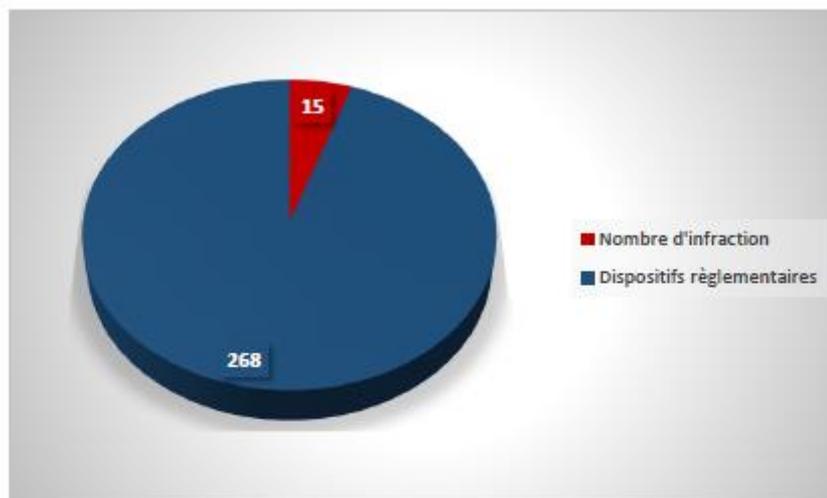
Autres irrégularités

Plusieurs préenseignes sur un poteau EDF, support interdit.



ZA de Picourenc, Peymeinade

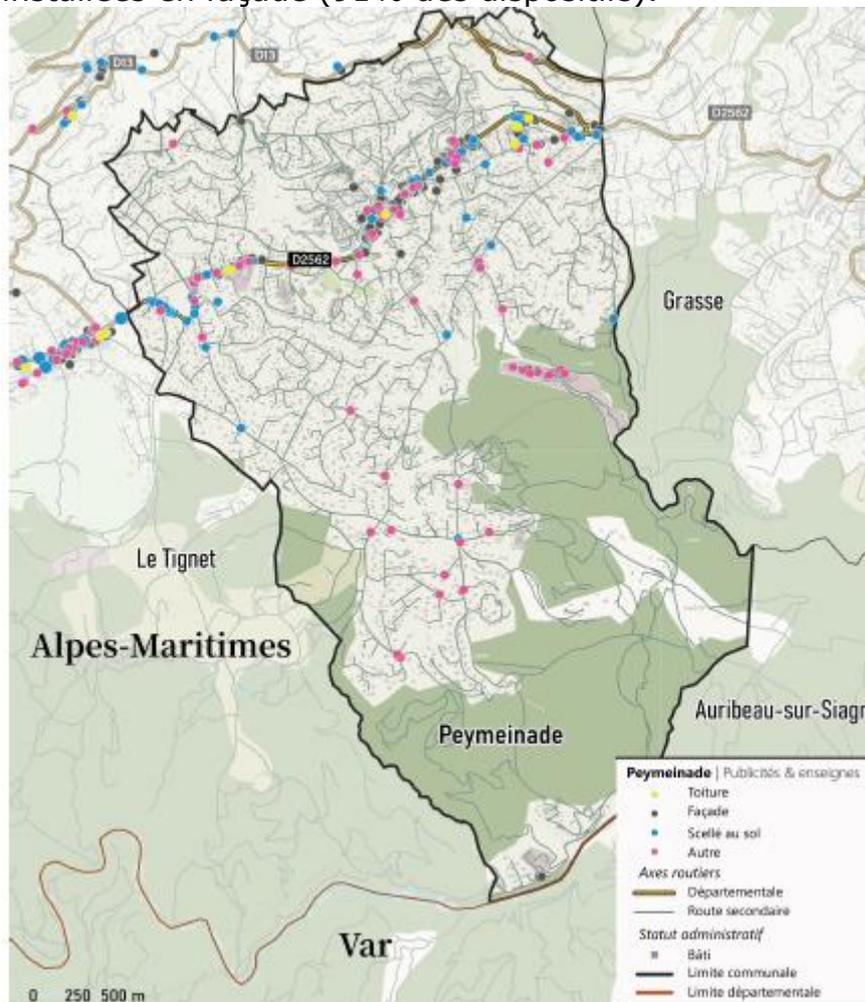
Les caractéristiques des enseignes



Sur les 283 enseignes relevées, 15 sont en infraction, représentant 5% sur le total des enseignes.

Tout comme les publicités, les enseignes sont presque toutes concentrées le long de la route de Draguignan. On en trouve quelques-unes sur la zone d'activité de Picourenc et au sud vers l'usine de l'Apié.

Les « autres » supports correspondent à un dispositif en drapeau, un sur balcon, un sur muret et un sur clôture. Les enseignes sont quasiment toutes installées en façade (91% des dispositifs).



Eclairage des enseignes sur Peymeinade : sur les 283 enseignes recensées, 54 sont lumineuses et 229 ne sont pas lumineuses. Sur les 54 enseignes lumineuses, 13 sont des logos installés souvent perpendiculairement à la façade. **Sur les 283 enseignes relevées, 15 sont en infraction**, représentant 5% sur le total des enseignes. Les infractions fréquemment relevées concernent une mauvaise disposition sur toiture, l'état d'entretien de l'enseigne ou une enseigne encore présente après disparition de l'activité.

Mauvais entretien

Le totem ci-contre est mal entretenu et sale.



Route de Draguignan, Peymeinade

Magasins aux locaux fermés



Avenue de Boutiry, Peymeinade

Le magasin est fermé, l'enseigne n'a plus lieu d'être



Route de Draguignan, Peymeinade

Les enseignes sur toiture doivent être constituées de lettres découpées

Les enseignes sur toiture doivent être constituées de lettres découpées



Route de Draguignan, Peymeinade

L'enseigne recouvre la quasi-totalité de la façade du magasin. Pour rappel, lorsque la façade est inférieure à 50 mètres carrés, la surface cumulée des enseignes ne peut dépasser 25 % de la façade du magasin.



Avenue du docteur Belletrud, Peymeinade



Route de Draguignan, Peymeinade

La totalité de la façade est recouverte aux couleurs de la pharmacie. Pour rappel, lorsque la façade est supérieure à 50 mètres carrés, le cumul de la surface des enseignes ne peut dépasser 15 % de la façade totale du commerce.

Cette même façade regroupe 2 infractions :



Route de Draguignan, Peymeinade

Les enseignes sur toiture doivent être constituées de lettres découpées

Les enseignes sur toiture doivent être constituées de lettres découpées



Route de Draguignan, Peymeinade

Les deux enseignes dépassent la façade commerciale et se situent devant un balcon



Avenue de Boutiny, Peymeinade



Avenue de Boutiny, Peymeinade

L'enseigne, peu qualitative, se situe devant une fenêtre.

L'enseigne se situe devant le balcon.



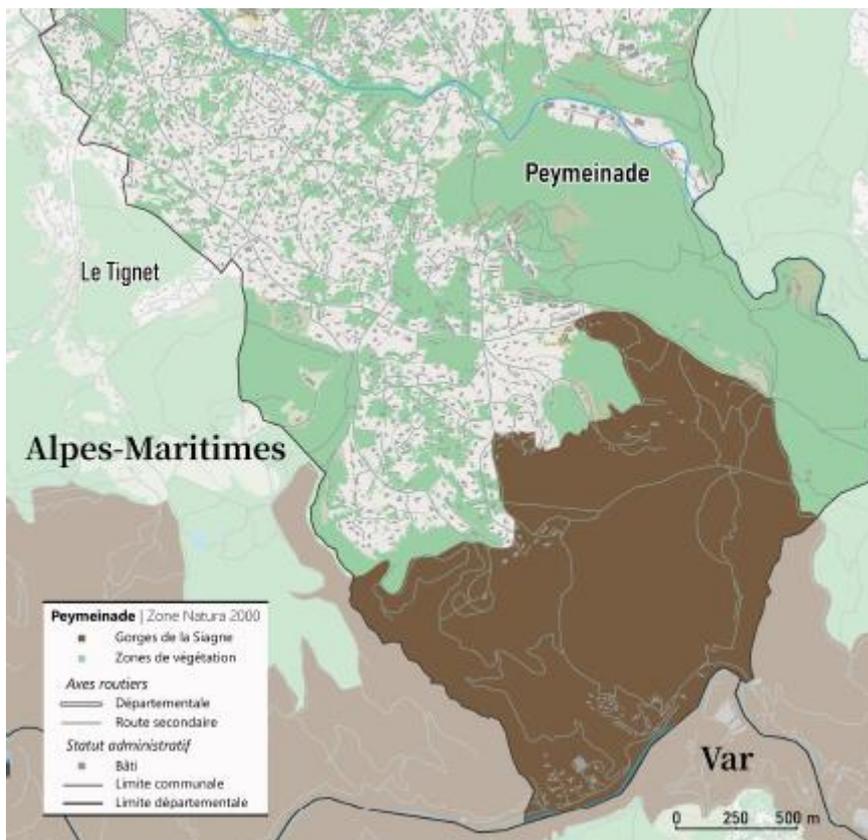
Avenue de Boutiny, Peymeinade

Orientations

Peymeinade : un paysage marqué par une zone Natura 2000

Une partie de la zone spéciale de conservation (ZSC) « Gorges de la Siagne » se situe sur la commune. Ce site abrite des milieux naturels remarquables, une faune particulière et une espèce endémique. Il présente donc une certaine fragilité.

Mais étant situé hors agglomération, ce site n'est pas exposé.

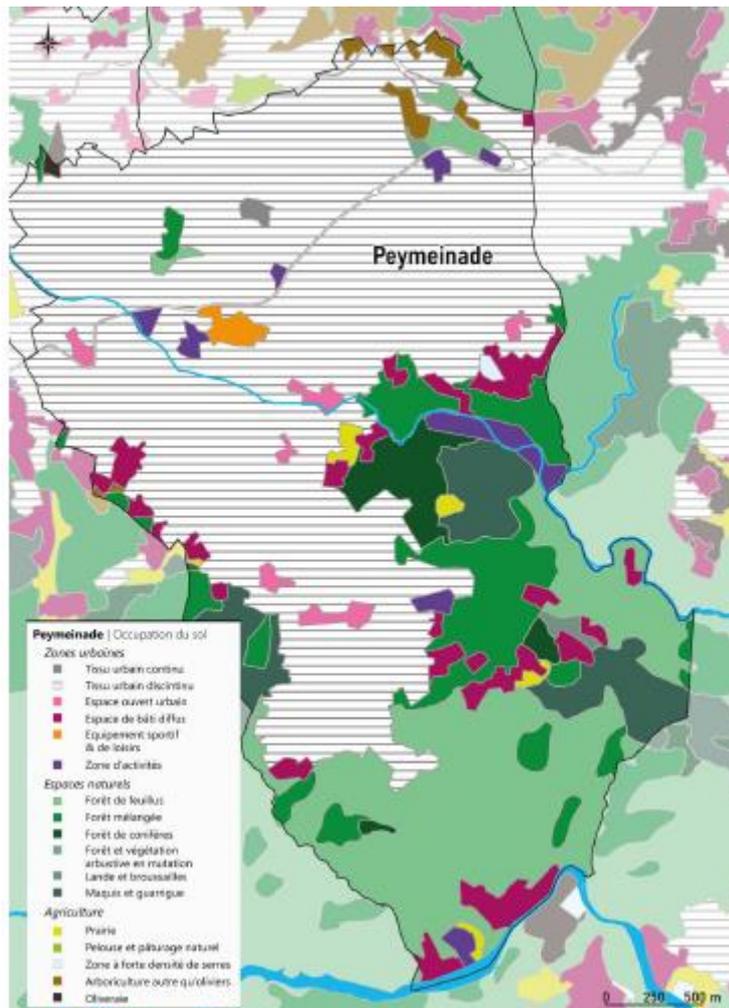


L'occupation du sol au sein de la commune

Le tissu urbain occupe une partie importante du territoire, ainsi que la forêt mélangée.

Cette cartographie permet de rendre compte des particularités de la commune marquée par l'étendue de sa végétation.

Afin de préserver l'identité du territoire tout en gardant sa dynamique commerciale, les dispositifs doivent s'intégrer dans le paysage tout en restant visibles par les visiteurs



Objectifs et enjeux

Peymeinade souhaite valoriser son territoire au travers d'objectifs auxquels répondra son règlement local de publicité :

- respecter le règlement national de publicité et être en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire ;
- mettre le RLP en adéquation avec la réalité locale ;
- participer au dynamisme des activités commerciales, artisanales et industrielles tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère ;
- renforcer l'identité du territoire ;
- réduire la pollution visuelle pouvant résulter des affichages commerciaux.

Valorisation des entrées de ville dans la zone urbaine dense

Renforcer l'identité du territoire

Participer au dynamisme des activités commerciales, artisanales et industrielles

Réduire la pollution visuelle

Explication des choix

Les choix suivants ont été retenus :

Elaborer un règlement simple, ne comprenant que 2 zones, ayant pour unique objet de distinguer du reste du territoire le linéaire commercial de la route départementale 2562 où l'activité économique, les dimensions des bâtiments et la nature des entreprises justifient la présence de la publicité et imposent de traiter les enseignes différemment.

La zone 2 est plus restrictive et hors agglomération, où la publicité est interdite, les enseignes s'alignent sur ses prescriptions.

Sur l'ensemble du territoire communal, le RLP étend les interdictions du règlement national : la publicité sous toutes ses formes est interdite dans les espaces naturels, les zones agricoles, les espaces boisés classés

Le règlement applique des critères très protecteurs du cadre de vie.

La publicité est admise de façon très raisonnée, aux seuls endroits où elle semble pouvoir s'intégrer à son environnement proche ou lointain.

La possibilité d'installer des mobiliers urbains publicitaires sur l'ensemble du territoire aggloméré est conservée afin d'assurer l'information du public, habitants comme visiteurs. La surface maximum de l'affiche est fixée à 2 m². **La publicité est interdite sur les murs de clôtures**, éléments structurants du paysage. Sur les murs de bâtiments où la publicité est

possible, elle doit être isolée, afin de ne pas démultiplier son impact. **La publicité est admise sur les palissades de chantier**

La recherche d'une harmonie sur la totalité de la commune impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. Le RLP s'attache à améliorer la qualité des enseignes et leur intégration dans le bâti comme dans les perspectives lointaines.

Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de nuancier de couleurs ou de typographie

L'obligation de supprimer les enseignes lorsque l'activité a cessé est étendue aux propriétaires des locaux

Les murs de clôtures et clôtures ont un grand intérêt dans la structure des paysages et doivent rester visibles. Les entreprises utiliseront pour se signaler une enseigne de petite dimension (article D.1).

la publicité est interdite sur les arbres par le règlement national et le RLP étend cette interdiction aux enseignes afin de protéger toute végétation (article D.2).

Les terrasses des cafés et restaurants contribuent à donner une image vivante et plaisante de la ville. Afin de préserver ces lieux de vie, les mobiliers (parasol, chaises, tables) doivent être dénués d'inscriptions publicitaires

Le diagnostic a montré qu'il n'existait pas d'enseignes numériques. Le choix a été fait de pérenniser cette situation en interdisant les dispositifs numériques scellés au sol, dont le caractère agressif est incompatible avec l'image de la ville

Les enseignes temporaires ne doivent pas être implantées de façon anarchique, celles-ci sont donc limitées dans le temps et en nombre.

- la durée d'apposition prévue par le règlement national (3 semaines avant l'évènement et une semaine après) est ramenée à 10 jours et 2 jours ;
- 1 seule enseigne par opération est admise, tant pour les manifestations exceptionnelles que pour les opérations immobilières.

La surface n'a pas été limitée, afin de ne pas entraver le dynamisme commercial.

La surface cumulée des autocollants sur vitrines est limitée

Les horaires d’extinction des publicités comme des enseignes sont adaptés à la commune et la plage est étendue à 23 h à 7 h, contre 1 h à 6 h dans le règlement national.

Publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines. La ville a choisi d’aligner leur surface sur celle des autocollants : 20 % de la surface de la vitrine. Elles sont soumises aux mêmes horaires d’extinction que les autres dispositifs lumineux.

La zone 1

La surface de la publicité murale est limitée à 2,60 m², et la publicité scellée au sol ne doit pas excéder la surface de 3 m² avec encadrement

La publicité numérique est limitée également à 2 m².

La densité est limitée à 1 dispositif par unité foncière, sans contrainte de linéaire minimum. Les possibilités sont donc ouvertes pour l’installation de panneaux publicitaires, sans risque d’accumulation.

Pour les enseignes, le règlement national convient aux bâtiments à caractère utilitaire, industriel (façades plates, toits-terrasses, grandes dimensions) des zones d’activité.

Le RLP limite toutefois les enseignes perpendiculaires, les enseignes numériques (2 m²), les enseignes scellées au sol (forme de « totem »), les enseignes sur toiture (hauteur de 2 mètres maximum, adaptée aux édifices existants et à venir.

La zone 2

Dans ces secteurs très sensibles, **la publicité est limitée à quelques formes** : publicité de petit format et publicité sur palissades de chantier, qui ne peuvent être interdites. Voulant soutenir le dynamisme commercial, la commune admet les chevalets.

Toute forme de publicité lumineuse est interdite, ainsi que la publicité sur toiture jugées incompatibles avec le caractère résidentiel des lieux (article 2.3).

Les enseignes font l’objet de prescriptions allant dans le sens d’une recherche de sobriété, de mise en valeur de l’architecture.

Le règlement protège les balcons, les garde-corps.

Il limite le nombre d'enseignes parallèles à 1 par établissement et par voie, avec toutefois une possibilité d'une enseigne par vitrine.

Dans le même souci de préservation des façades des bâtiments, les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1 par établissement, avec une surface inférieure à 0,70 m².

Pour les mêmes raisons que la publicité lumineuse, les enseignes numériques sont proscrites.

Obstacle inutile dans le paysage, éventuellement nuisible à la bonne circulation routière ou piétonne, **les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont réduites à une petite surface**, et les oriflammes ou drapeaux sont interdits.

Dans cette zone, **aucun bâtiment n'est à même de supporter une enseigne sur toiture** (article 2.9).

Modalités et Bilan de la concertation

En application de l'article L 300-2 du Code de l'urbanisme, les modalités de la concertation, arrêtées par délibération du Conseil municipal en date du 14 décembre 2017, comportaient :

Une réunion publique sur la phase de diagnostic, les enjeux, le projet de règlement et de zonage le 16 novembre 2022, assortie de la présentation d'un diaporama synthétique,

Une exposition publique d'une durée d'un mois, lancée le même jour que celui de la réunion,

Des informations régulières sur l'avancée de la procédure dans le Bulletin municipal et sur le site internet de la commune,

La mise à disposition en mairie du dossier d'étude (diagnostic, supports de concertation) et d'un registre permettant au public de consigner observations et propositions.

Cette séquence de concertation, marquée par une faible implication du public comme des acteurs économiques locaux, seules les personnes publiques associées et les associations s'étant manifestées, a néanmoins

permis la prise en compte de certaines de ces observations dans le document final et des ajustements ont pu ainsi être opérés (contribution demandant l'interdiction de parasols publicitaires).

A noter les 4 insertions dans la presse papier :

Pey'Meimag n° 2à et 21 de juin et septembre 2019

Le fil de l'Info n° 8 de décembre 2022

Nice Matin, 15 février 2018

Les échanges techniques avec les personnes publiques associées, notamment la DDTM, ont été suivis et réguliers en amont de la saisine officielle, une réunion de cadrage s'est tenue le 8 juillet 2022 et des propositions ont été retenues dans le document finalisé.

LES AVIS DES PPA

La CDNPS, avis rendu en séance du 31 mai 2023 (3 collègues représentés, un excusé) sur saisine de la commune en date du 19 avril 2023

Avis de la commission

A l'unanimité, les membres émettent un avis favorable au dossier assorti des recommandations suivantes :

- les dispositifs supportant de la publicité numérique devront être placés à une hauteur par rapport au sol n'excédant pas 2,50 mètres ;
- les dispositifs de publicité murale (hors numérique) ne devront pas excéder une hauteur par rapport au sol de 3 mètres ;
- l'installation de chevalets publicitaires sur le domaine public devra être évitée.

AVIS favorable exprimé le 11 mai par l'ABF (encadrement réglementaire de la publicité, enseignes et pré-enseignes amélioré par ce projet de RLP)

Avis favorable du Préfet des Alpes-Maritimes exprimé le 27 juin 2023 :

- **Satisfecit sur la qualité et la fluidité du règlement, adapté au contexte du territoire de la commune, pour une bonne compréhension par les pétitionnaires et un travail d'instruction des demandes facilité.**

- **Confirme également l'avis favorable émis le 31 mai par la CDNPS assorti de 2 recommandations :**
 - ✓ **limiter à 3m la hauteur des dispositifs de publicité murale hors numérique**
 - ✓ **abaisser à 2m50 la hauteur de toute publicité numérique**

Et d'une suggestion

- **renoncer à l'installation sur les trottoirs de chevalets publicitaires ou pré-enseignes**

Avis favorable du SCoT'Ouest en date du 5 juillet sous réserve de vérification de la cohérence de la réglementation mise en place dans les communes voisines du Tignet, Spéracèdes et Cabris

La commission d'urbanisme, réunie hier, apporte les éléments suivants au regard de vos interrogations :

- limiter à 3m la hauteur des dispositifs de publicité murale hors numérique > avis favorable**
- abaisser à 2m50 la hauteur de toute publicité numérique > avis favorable.**

Suggestion : renoncer à l'installation sur les trottoirs de chevalets publicitaires ou pré-enseignes

La commune ne souhaite pas renoncer à l'installation des chevalets sur le domaine public. Elle encadrera leur implantation dans le cadre des conventions AOT qui seront assorties de prescriptions visant à éviter toute difficulté de circulation piétonne sur le domaine public.

Le projet de règlement finalisé

Première partie : Dispositions communes aux publicités et aux enseignes sur toutes les zones

Les différents types de publicité et d'enseignes

Chapitre A : Dispositions applicables à toutes les publicités

Chapitre B : La publicité supportée par le mobilier urbain

Chapitre C : La publicité autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

Chapitre D : Enseignes

Chapitre E : Dispositifs lumineux

Deuxième partie : Règles propres à chaque zone

Chapitre 1 : Dispositions applicables à la zone1

Chapitre 2 : Dispositions applicables à la zone 2

Tableau récapitulatif

Agglomération appartenant à l'unité urbaine de Nice	Zone 1 RD 2562		Zone 2	
Règlement national (RNP)				
Publicité sur mur de bâtiment	12 m ²		2,60 m ²	Interdite
Publicité sur mur de clôture et clôture	Admise		Interdite	Interdite
Publicité scellée au sol	12 m ²		3 m ²	Interdite
Préenseigne dérogatoire	Admise hors agglomération		Admise hors agglomération	Admise hors agglomération
Publicité lumineuse (toiture)	Interdite		Interdite	Interdite
Publicité numérique	8 m ²		2 m ²	Interdite
Publicité de petit format	Cumul 2 m ²		RNP	RNP
Publicité sur mobilier urbain	12 m ²		2 m ²	2 m ²
Publicité numérique sur mobilier urbain	Interdite		Interdite	Interdite
Chevalet	Admis		0,70 m x 1 m	0,70 m x 1 m
Publicité sur bâches de chantier	Interdite		Interdite	Interdite
Bâche publicitaire	Interdite		Interdite	Interdite
Publicité de dimensions exceptionnelles	Interdite		Interdite	Interdite
Enseigne parallèle au mur	15 ou 25 % de la façade	RNP		1 seule sur immeuble d'habitation

Enseigne parallèle au mur numérique	15 ou 25 % de la façade	2 m ²	Interdite
Enseigne sur mur de clôture ou clôture	Admise	1 par établissement 0,50 m ²	1 par établissement 0,50 m ²
Enseigne perpendiculaire au mur	Saillie 2 mètres	1 par voie	1 par voie 0,70 m ²
Enseigne perpendiculaire au mur numérique	Saillie 2 mètres	Interdite	Interdite
Enseigne scellée au sol	6 m ²	6 m ²	3 m ²
Enseigne scellée au sol numérique	6 m ²	Interdite	Interdite
Enseigne scellée au sol de moins d'1 m²	Pas de limite	1 par tranche de 40 mètres	1 par voie
Enseigne sur toiture ou terrasse	60 m ²	< 1/5ème façade < 2 m de haut Interdit sur immeuble d'habitation	Interdite
Enseigne temporaire	3 semaines avant 1 semaine après	1 par manifestation 10 jours avant 2 jours après l'évènement	1 par manifestation 10 jours avant 2 jours après l'évènement
Enseigne temporaire immobilière	Pas de limite de nombre	1 seule par programme	1 seule par programme
Autocollants extérieurs sur vitrine (Vitrophanies)	15 ou 25 % de la façade	20 % de la vitrine	20 % de la vitrine
Dispositif lumineux dans une vitrine	Admis	20 % de la vitrine	20 % de la vitrine
Horaires d'extinction	1 h - 6 h	23 h - 7 h	23 h - 7 h

Le lancement et la préparation de l'enquête publique

Suite à ma désignation comme Commissaire enquêteur en charge du projet de RLP (4 septembre 2023), je me suis rapproché du service Urbanisme avec lequel il a été convenu d'organiser une réunion de cadrage en mairie.

Cette réunion s'est tenue en mairie le 14 septembre en présence du Maire, de l'adjoint référent ainsi que du responsable du service urbanisme.

Il a notamment été considéré que, compte tenu de la mobilisation « mesurée » du public lors de la concertation préalable et en l'absence de points susceptibles de présenter des difficultés particulières, 3 demi-journées de permanence seraient appropriées.

Les dates de l'enquête ont été fixées du 09/10/2023 au 10/11/2023 inclus, de 9h00 à 12h00 et de 13h30 à 16h30 **pour ce qui concerne l'accès au dossier en Mairie.**

Une version numérique du dossier étant accessible :

- Sur le site internet de la commune à l'adresse suivante : www.peymeinade.fr
- Sur un poste informatique mis à disposition du public, dans un bureau de la Direction de l'Aménagement et de l'Urbanisme, 11, Bd du Général de Gaulle, 06530 Peymeinade (sauf jours fériés et jours de fermetures exceptionnels)

Les observations du public Le public pouvait consigner ses observations et propositions du 09/10/2023 au 10/11/2023 inclus de 9h00 à 12h00 et de 13h30 à 16h30 :

- Sur le registre d'enquête à feuillets non mobiles cotés et paraphés par le commissaire enquêteur, tenu à sa disposition à l'accueil de la Mairie, 11, Bd du Général de Gaulle, 06530 Peymeinade (sauf jours fériés, jours de fermetures exceptionnels, et pendant les permanences du commissaire enquêteur, où le dossier sera uniquement disponible dans la permanence);

- En les envoyant par courriel à l'adresse : urbanisme@peymeinade.fr et seront annexées au registre d'enquête ;
- En les adressant par correspondance au commissaire enquêteur, à l'adresse suivante : Monsieur le commissaire enquêteur – Hôtel de Ville, 11, Bd du Général de Gaulle, CS 35100 - 06531 PEYMEINADE CEDEX. Elles seront également annexées au registre d'enquête.

L'arrêté municipal a été publié le 15 septembre 2023

Les insertions publicitaires règlementaires ont été effectuées successivement les 23 septembre et 14 octobre dans Nice-Matin et Tribuca annonces légales.

Le déroulement et la clôture de l'enquête

L'enquête publique s'est déroulée conformément aux prescriptions générales et particulières sans incident ni difficulté particulière. Les permanences n'ont suscité aucune visite, les observations et contre-propositions ayant été exclusivement exprimées par trois courriels (voir ci-dessous).

Le registre exempt de toute mention a été clos et conservé par la Commune, de même que le dossier dans sa version papier et les attestations relatives à la publicité et à l'affichage.

Le Procès Verbal de Synthèse communiqué par mes soins a recueilli en retour les réponses de la Commune le 22 novembre.

PROCES VERBAL DE SYNTHESE

Observations du public

Les trois consignations produites à l'enquête ont été exclusivement transmises par voie électronique sur l'adresse courriel dédiée, le registre papier ne comportant aucune mention émanant du public.

6 observations assorties chacune de contre-propositions et deux contre-propositions directes ont été consignées par les trois intervenants : société JC DECAUX, Studio LH et L'UPE (Union pour la Publicité Extérieure)

1°

La société JC DECAUX présente dans sa consignation en date du 9 novembre 2023 (courriel enregistré et confirmé par lettre RAR) des observations relatives aux règles du projet de RLP applicables au mobilier urbain, rappelant liminairement que le mobilier urbain, qui n'est un dispositif publicitaire qu'à titre accessoire, a pour objet principal de répondre aux besoins d'information des administrés.

Rappelant que le financement des coûts grevant ces supports est assuré précisément par les recettes publicitaires du mobilier urbain, l'intervenant souligne le fait que la collectivité contrôle et maîtrise entièrement l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public (contrat public, AOT, Autorisation préalable et Déclaration préalable de travaux).

Dans ce contexte, la réglementation prévue par le RLP est qualifiée de **surabondante**.

Observation n° 1

De ce point de vue, la limitation des surfaces à 2m2 serait préjudiciable pour l'implantation de mobilier culturel « en colonnes » comme de l'affichage institutionnel de 8m2 et aurait pour effet collatéral d'accroître la charge budgétaire pour la commune.

Contre-proposition

Dans ce cadre, nous préconisons d'autoriser les cinq types de mobilier urbain, sans restriction de format, sur l'ensemble du territoire communal et de les placer ainsi sous le régime des dispositions prévues aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

Observation n°2

Relève que le décret 20-22-1294 du 5 octobre 2022 prévoit une règle d'extinction des publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain de 1h à 6h, à l'exception de celles supportées par le mobilier affecté aux services de transport et durant leurs horaires de fonctionnement. (mention pour rappel de la décision 357839 du Conseil d'Etat)

Contre-proposition

Dans ce contexte, nous proposons de tenir compte de ces nouvelles dispositions réglementaires.

Réponse de la Commune

La commune prend note des contre-propositions effectuées par la société JC DECAUX. Toutefois, concernant la surface du mobilier urbain autorisé, la commune maintient les règles telles qu'elles ont été inscrites dans le projet de RLP arrêté. Elles ont en effet été édictées dans un souci de préservation du paysage urbain et sont adaptées à l'échelle de la commune de Peymeinade qui ne dispose pas en outre de mobilier urbain de plus grandes dimensions.

Concernant les horaires d'extinction, le décret auquel il est fait référence permet principalement d'harmoniser les règles d'extinction des publicités lumineuses sur tout le territoire national. L'extinction des publicités lumineuses entre 1h et 6h du matin ne concernait jusqu'à présent que les villes de moins de 800 000 habitants. La commune maintient l'élargissement de la plage horaire d'extinction qui a été fixée en harmonie avec les plages d'extinction de l'éclairage public. Cette disposition participera aux efforts d'économie d'énergie et de protection de l'environnement.

Par ailleurs, ces règles sont pleinement cohérentes avec celles établies par les communes voisines et notamment la commune du Tignet dont le RLP a été récemment approuvé.

Commentaire du Commissaire-enquêteur

Dont acte.

✚ 2°

Le Studio LH présente une consignation par courriel en date du 9 novembre comportant quatre observations :

Observation n°1

(de portée générale)

Quelle solution concrète de publicité pour les commerces et établissements situés en étage et dépourvus de vitrine ?

Observation n°2

Cas particulier : la limite de 20 % de vitrophanie concerne-t-elle uniquement la porte vitrée d'entrée ou également les fenêtres à l'étage ?

Observation n°3 et contre-proposition :



3/ Dans la mesure où la seule possibilité publicitaire d'un local situé à l'étage est la porte vitrée d'entrée, est-il possible de revoir la limite de vitrophanie ?

Observation n°4 et contre-proposition :

4/ Est-il possible d'autoriser les enseignes situées sur les balcons lorsque le commerce est à l'étage ? Sinon, quelles solutions pour une enseigne visible et ne pas être lésée comparativement aux établissements situés au RDC...

Réponse de la Commune

La commune prend bonne note des interrogations et contre-propositions faites par le Studio LH.

Observation n°1 : En zone 1, le RLP permet d'apposer une enseigne apposée à plat sur un mur ou parallèlement à un mur. De plus, une enseigne perpendiculaire au mur peut être également autorisée.

Observation n°2 : La règle sur la vitrophanie s'applique sur chaque vitrine prise de manière individuelle. Dans le présent cas de figure, elle s'applique à la porte d'entrée et aux fenêtres situées à l'étage.

Observation n°3 : La commune n'envisage pas de modifier la proportion de vitrophanie autorisée. Il est à noter que la vitrophanie se définit dans le projet de RLP comme correspondant aux enseignes adhésives appliquées à l'extérieur d'une vitrine.

Observation n°4 : Dans le cas de figure présenté, le commerce se situe en zone 1 du future RLP. Les enseignes n'y sont pas interdites sur un balcon.

Commentaire du Commissaire-enquêteur

Dont acte

 3°

L'UPE (Union pour la Publicité Extérieure) présente dans sa consignation en date du 9 novembre 2023 (courriel) deux observations visant à concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux.

Cette recherche d'équilibre suggère un projet de compromis intégrant des aménagements règlementaires.

Contre-proposition :

Publicité murale et publicité scellée au sol-ZP1 : Prendre en compte le décret 2023-1007 du 30 octobre 2023 et porter à 4,70 m² la

limitation prévue au projet de RLP respectivement de 2,60 m² et 3 m²

C'est pourquoi, nous préconisons d'autoriser la publicité murale et la publicité scellée au sol sur domaine privé avec un format de 4,70 m² (4 m² d'affiche).

La définition de l'agglomération figurant au lexique du projet de RLP n'est pas conforme à l'interprétation jurisprudentielle actuelle qui ne fait pas de la présence ou non de panneaux d'entrée ou de sortie une des conditions caractéristiques de cette notion d'agglomération.

contre-proposition :

Nous préconisons donc de tenir compte de cette définition dans le projet de RLP.

Réponse de la Commune

La commune prend bonne note des observations émises par l'UPE.

Toutefois la nouvelle disposition du décret 2023-1007, portant à 4,70 m² la surface des publicités murales (au lieu de 4 m² auparavant), s'applique aux agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Or, la commune de Peymeinade fait partie de l'unité urbaine de Nice supérieure à 100 000 habitants. Cette disposition ne concerne donc pas le RLP de la commune de Peymeinade.

Néanmoins, il convient de souligner que les règles du RLP sont plus restrictives que le règlement national de publicité. Elles ont été définies, comme cela a été mentionné plus haut, dans un souci de préservation du paysage urbain. Elles sont adaptées à l'échelle de la commune de Peymeinade.

Concernant la définition du terme agglomération, elle est issue de l'article R.110-2 du Code de la route modifié par le décret n°2022-635 du 22 avril 2022. Cet article est toujours en vigueur. L'arrêté municipal n°AR2023-07 du 1^{er} mars 2023 a fixé les limites de l'agglomération au regard de la réalité physique du tissu urbain

aggloméré. La commune maintient la définition telle qu'elle figure au RLP arrêté.

Commentaire du Commissaire-enquêteur

Dont acte

Les avis des PPA et réponses de la Commune

La CDNPS, avis rendu en séance du 31 mai 2023 (3 collègues représentés, un excusé) sur saisine de la commune en date du 19 avril 2023

Avis de la commission

A l'unanimité, les membres émettent un avis favorable au dossier assorti des recommandations suivantes :

- les dispositifs supportant de la publicité numérique devront être placés à une hauteur par rapport au sol n'excédant pas 2,50 mètres ;
- les dispositifs de publicité murale (hors numérique) ne devront pas excéder une hauteur par rapport au sol de 3 mètres ;
- l'installation de chevalets publicitaires sur le domaine public devra être évitée.

AVIS favorable exprimé le 11 mai par l'ABF : encadrement réglementaire de la publicité, enseignes et pré-enseignes amélioré par ce projet de RLP.

Avis favorable du Préfet des Alpes-Maritimes exprimé le 27 juin 2023 :

- **Satisfecit sur la qualité et la fluidité du règlement, adapté au contexte du territoire de la commune, pour une bonne compréhension par les pétitionnaires et un travail d’instruction des demandes facilité.**
- **Confirme également l’avis favorable émis le 31 mai par la CDNPS assorti de 2 recommandations :**
 - ✓ **limiter à 3m la hauteur des dispositifs de publicité murale hors numérique**
 - ✓ **abaisser à 2m50 la hauteur de toute publicité numérique**

Et d’une suggestion

- renoncer à l’installation sur les trottoirs de chevalets publicitaires ou pré-enseignes

Réponse de la Commune

La commission d’urbanisme apporte les éléments de réponse suivants :

- limiter à 3 m la hauteur des dispositifs de publicité murale hors numérique > avis favorable

**- abaisser à 2m50 la hauteur de toute publicité numérique
> avis favorable.**

Suggestion : renoncer à l’installation sur les trottoirs de chevalets publicitaires ou pré-enseignes

La commune ne souhaite pas renoncer à l’installation des chevalets sur le domaine public. Elle encadrera leur implantation dans le cadre des conventions AOT qui seront assorties de prescriptions visant à éviter toute difficulté de circulation piétonne sur le domaine public.

Avis favorable du SCoT'Ouest en date du 5 juillet sous réserve de vérification de la cohérence de la réglementation mise en place dans les communes voisines du Tignet, Spéracèdes et Cabris.

Dans cet avis, le SCoT'Ouest06 exprime une attention particulière « à la préservation des grands équilibres paysagers du territoire », se référant à **l'Orientation 8A5 du DOO** traitant de la gestion harmonisée de l'affichage

publicitaire à l'échelle intercommunale et/ou de manière coordonnée entre les communes voisines, notamment le long des principaux axes de communication tels que l'axe de la RD2562 –route de Draguignan.

Il émet à cet égard une recommandation, pour atteindre cette, **harmonisation des dispositifs de publicité à l'échelle intercommunale** consistant à veiller à définir et garantir la cohérence des réglementations mise en place à Peymeinade comme dans les communes voisines du Tignet, Spéracèdes et Cabris et très spécifiquement pour la zone en entrée de ville Ouest en continuité immédiate avec la zone d'activités du val du Tignet.

Question du CE :

Le cas échéant, de quelle manière la commune prévoit-elle de donner corps à cette recommandation du SCoT'Ouest 06 ?

Réponse de la Commune

La recherche de cohérence et d'harmonisation a été le fondement de la démarche entreprise par les communes de l'Ouest grassois en vue de l'élaboration des RLP.

La commune de Peymeinade a été le coordonnateur du groupement de commande pour la passation du marché d'élaboration du RLP avec la désignation d'un prestataire unique pour l'ensemble des communes de l'Ouest Grassois.

Un diagnostic partagé commun aux communes concernées a été réalisé.

La commune de Peymeinade a été associée régulièrement à chaque étape d'élaboration du RLP des communes voisines et notamment celle du Tignet. Ainsi, des règles similaires ont pu être établies entre les communes : surface maximale des publicités, des enseignes, horaires d'extinction, etc.

Commentaire du Commissaire-enquêteur

Dont acte

Questions complémentaires du Commissaire enquêteur

- S'agissant d'une demande « informelle » de commerçants tendant à obtenir l'autorisation d'arrimage d'enseigne sur balcon, quelle est la position de la commune ?
- A l'issue de cette période d'enquête, la Commune souhaite-t-elle formuler des remarques ?

Réponse de la Commune

Comme indiqué plus haut, la pose d'enseigne en balcon n'étant pas interdite en zone 1 (zone commerçante de l'avenue de Boutiny), elle est de facto autorisée.

La Commune n'émet aucune autre remarque.

Appréciation générale du Commissaire enquêteur

L'élaboration de ce projet de RLP communal, rendue nécessaire par la caducité des RLP de « première génération » depuis le 13 janvier 2021, a été conduite selon le calendrier prévu et les modalités requises.

La présentation des éléments du dossier est fluide, utilement complétée par le tableau de synthèse.

Elle reflète en particulier la spécificité des circonstances locales :

- absence de protection patrimoniale sur le territoire,**
- forte concentration des publicités sur l'axe de la D2562 (Avenue de Boutiny),**
- appartenance à une Communauté de 5 communes pour lesquelles une certaine harmonisation et continuité a été jugée souhaitable, notamment dans les avis du Scot'Ouest et de la CDNPS,**
- existence de contiguïtés entre les zones commerciales communales (par exemple au Picourenc avec Le Tignet).**

Le délai de mise en conformité (6 ans pour les enseignes et 2 ans pour les publicités) prend en compte les contraintes financières liées à ces aménagements obligatoires.

A noter qu'une partie de la zone spéciale de conservation (ZSC) « Gorges de la Siagne » se situe sur la commune. Ce site abrite des milieux naturels remarquables, une faune particulière et une espèce endémique. Il présente donc une certaine fragilité.

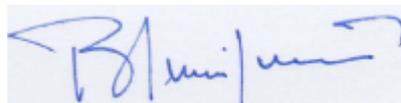
Cependant, étant situé hors agglomération, le site n'est pas exposé à un affichage publicitaire intempestif.

Les échanges réguliers avec la Commune (élus et service instructeur) ont permis un suivi précis en temps réel des étapes de l'enquête.

Il convient de noter que les observations formulées ont été pour la plupart d'entre elles assorties de contre-propositions examinées dans le cadre de la phase PVS de manière concrète par le responsable du projet, celui-ci ayant réaffirmé à cette occasion la logique dans laquelle il souhaitait inscrire ce règlement : accompagner le dynamisme de l'activité commerciale, artisanale et industrielle en garantissant la compatibilité des implantations publicitaires avec la préservation du cadre de vie et de la qualité paysagère du territoire.

Fait à Menton

Le 25 novembre 2023



Bernard BARRITAULT

Commissaire enquêteur