



Département des Alpes-Maritimes

## Ville de GRASSE

### REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

#### Rapport de présentation de la modification N°1



## Objet de la modification

La commune de Grasse a approuvé son RLP « grenellisé » le 12 décembre 2017. Ce règlement a permis, depuis près de 4 ans, de limiter la place de la publicité extérieure dans le paysage et une amélioration sensible de la qualité du cadre de vie.

L'application du RLP a aussi permis d'identifier certains points nécessitant des ajustements afin de restreindre la réglementation de 2017 avec une volonté politique affirmée d'embellir l'environnement des habitants de Grasse.

Ainsi, sans entraver la liberté d'entreprendre, sept points suivants font l'objet de cette première modification du RLP de Grasse.

### a) Augmentation de la protection de l'avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny et de l'avenue Georges Pompidou

En effet, ces deux voies constituent un axe majeur d'entrée de ville et constitue une zone urbaine à forte valeur paysagère. En particulier, le sud de ces voies propose un panorama remarquable vers le grand paysage qui est aujourd'hui de plus en plus prisé par les afficheurs. Les services de la ville ont ainsi constaté l'installation de nombreux supports publicitaires depuis 2017 relevant de la publicité scellée au sol. Cela dégrade profondément la qualité des paysages.



Publicité scellée au sol de grand format, Grasse



Publicité scellée au sol de grand format, Grasse

En vue de préserver ces secteurs, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol seront interdits au sud de l'avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny et de l'avenue Georges Pompidou. Cela sera réalisé en plaçant le sud des voies en zone de publicité n°3 afin de bénéficier d'une protection renforcée (au lieu de la zone de publicité n°4 qui laisse possible la publicité scellée au sol).

Le plan de zonage a été modifié en conséquence.

**b) Augmentation de la protection des paysages le long du boulevard Carnot, de l'avenue Mathias Duval, du boulevard Victor Hugo et du boulevard Maréchal Leclerc**

Le boulevard Carnot, l'avenue Mathias Duval, le boulevard Victor Hugo et le boulevard Maréchal Leclerc constituent des entrées vers le cœur patrimonial de la ville de Grasse. Le boulevard Carnot comporte notamment des vues vers la cathédrale de Grasse. De plus, une politique de requalification des paysages de ces axes est en cours ou sera mise en œuvre dans les prochaines années. C'est pourquoi, ils nécessitent un traitement de qualité de leurs paysages notamment en termes de publicités et de préenseignes.

Actuellement, quelques préenseignes sur des murs ou des clôtures sont présentes le long de ces boulevards. Certaines implantations récentes (après l'approbation du RLP de 2017) génèrent des craintes quant à l'inflation de dispositifs le long des boulevards occasionnant une perte de qualité paysagère. Aussi, le choix est fait de classer le boulevard Carnot, l'avenue Mathias Duval, le boulevard Victor Hugo et le boulevard Maréchal Leclerc en zone de publicité n° 2 afin d'éviter les implantations de publicités sur un mur ou une clôture. Conformément au code de l'environnement, un délai de 2 ans de mise en conformité permettra la dépose des préenseignes existantes. Durant ce délai, plusieurs solutions alternatives comme de la signalisation routière, de la signalisation d'information locale ou encore du mobilier urbain seront étudiées pour répondre aux attentes des acteurs économiques dans ce secteur.





Publicité sur un mur, avenue Mathias Duval (gauche) et boulevard Maréchal Leclerc (droite), Grasse



Publicité sur un mur, boulevard Victor Hugo, Grasse



Publicité sur un mur, boulevard Victor Hugo, Grasse

Le plan de zonage a été modifié en conséquence.

### c) Renforcer la règle de densité publicitaire

Dans les zones où les publicités et préenseignes sont autorisées<sup>1</sup>, le RLP du 12 décembre 2017 a fixé une règle de densité publicitaire plus restrictive que la réglementation nationale en particulier l'article R.581-25 du code de l'environnement.

Cette règle de densité est basée sur le principe suivant. Sur une unité foncière dont le côté bordant une voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 30 mètres linéaires, il est possible d'implanter un unique support publicitaire. Selon les zones du RLP, le type de support est variable. Il peut s'agir d'un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol lumineux ou non ou d'une publicité ou pré-enseigne non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ou encore d'une publicité ou pré-enseigne lumineuse apposée sur un mur. De plus, sur une unité foncière dont le côté bordant une voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur inférieure ou égale à 30 mètres linéaires, aucune publicité n'est autorisée.

Une analyse sur le linéaire d'unité foncière avait conduit à retenir ce seuil de 30 mètres comme pertinent car il laissait des possibilités d'installation de la publicité aux professionnels tout en limitant celle-ci. Après plus de 3 ans d'application, force est de constater que ce seuil peut être relevé afin de réduire la présence publicitaire le long de petit linéaire notamment lorsque ceux-ci sont situés les uns à proximité des autres.

Diverses études ont été menées sur la densité dans le cadre de cette modification N°1 du RLP de Grasse. Différents seuils ont été testés : 40, 50 et 60 mètres. Il apparaît que les seuils supérieurs à 40 mètres réduisent de manière considérable les unités foncières accessibles aux professionnels. Nous sommes dans un cas de restriction tendant vers une interdiction « déguisée » de publicité. Aussi, ces seuils ont été exclus du projet de modification.

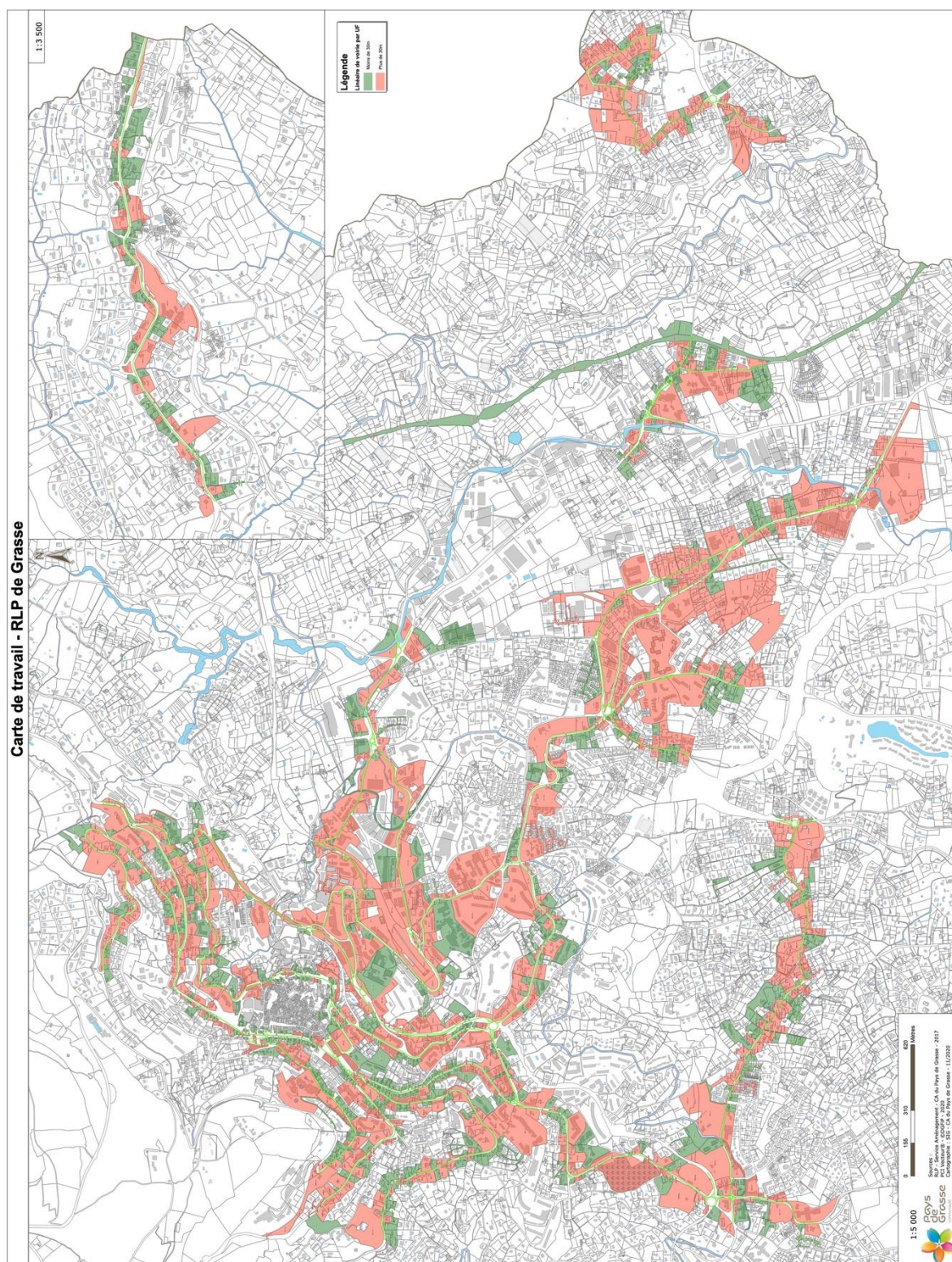
En revanche, le passage de 30 à 40 mètres, tout en réduisant les possibilités d'implantation sur de nombreuses unités foncières, laisse un nombre suffisant d'unités foncières susceptibles d'accueillir une publicité ou une préenseigne. En effet, le choix du seuil de 30 mètres a fermé environ 1000 unités foncières sur 1700 disponibles. Le passage à 40 mètres linéaires

<sup>1</sup> En dehors des formes de publicités et préenseignes non soumises à une règle de densité publicitaires comme celles supportées par le mobilier urbain ou encore les bâches publicitaires.



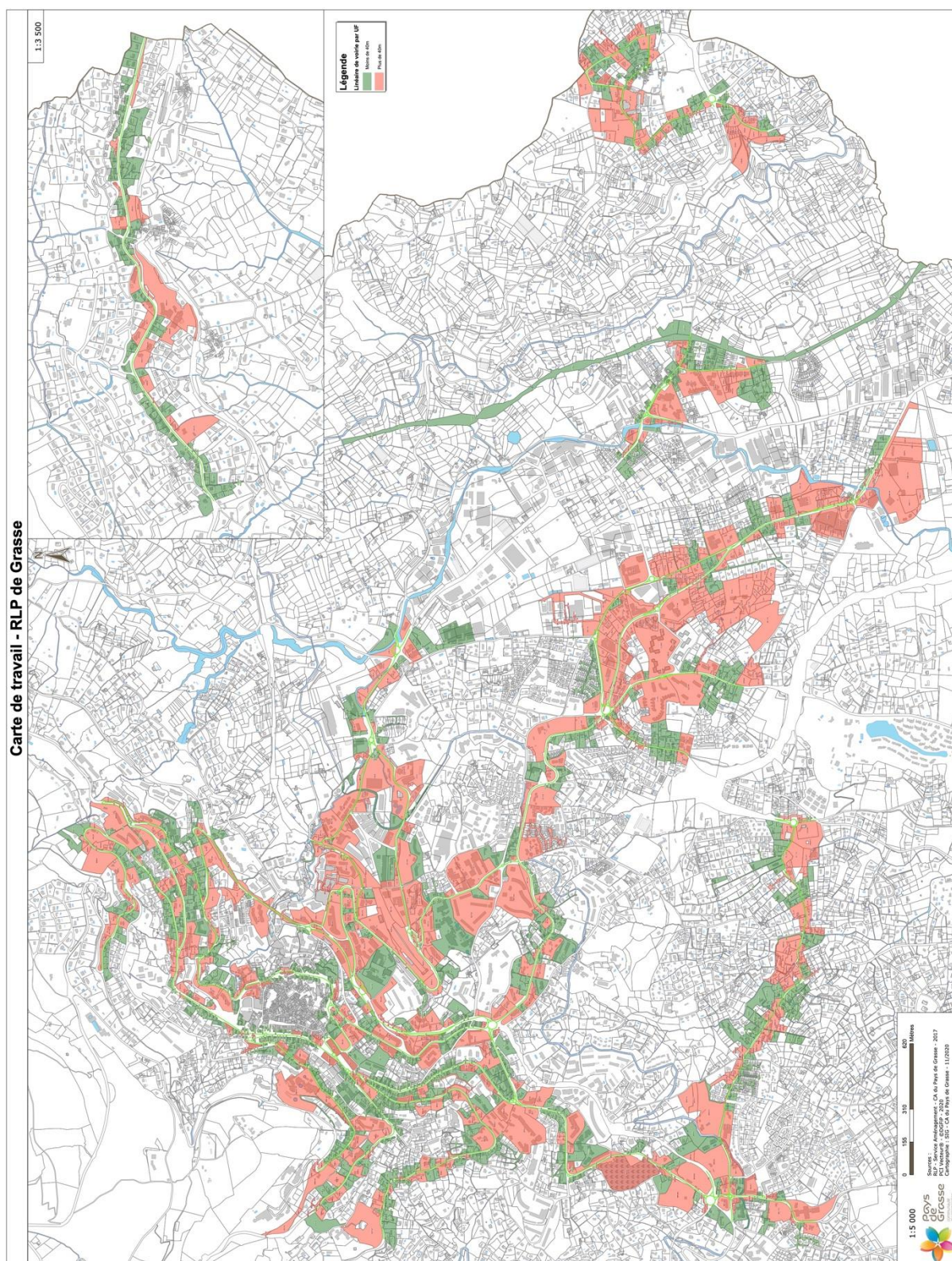
aura pour conséquence d'interdire les publicités et préenseignes sur 200 unités foncières supplémentaires. Il restera ainsi environ 500 unités foncières disponibles.

Les cartes suivantes illustrent les unités foncières concernées par ce changement de seuil permettant d'améliorer le cadre de vie.



Carte représentant les unités foncières avec le seuil de 30 mètres linéaires





Carte représentant les unités foncières avec le seuil de 40 mètres linéaires

Le seuil de 40 mètres a ainsi été retenu en lieu et place du seuil de 30 mètres figurant dans les règles de densité existantes en zones de publicité n° 3, 4 et 7.

Dans la partie réglementaire, cela se traduit par la modification des articles 10, 17 et 26.



**d) Compléter les dispositions sur les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol**

Dans une optique d'amélioration d'insertion des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol dans le paysage et afin d'harmoniser leur esthétique, lorsqu'ils sont autorisés, les dispositifs publicitaires seront nécessairement monopieds. De plus, sur le terrain, certains dispositifs comportent encore des passerelles d'accès permanentes. Celles-ci seront interdites sur les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol pour limiter l'impact paysager existant.



Publicité scellée au sol de grand format avec passerelle permanente, Grasse

Dans la partie réglementaire, cela se traduit par la modification des articles 16 et 23. Toutefois, à l'issue de l'enquête publique, l'obligation de dispositifs monopieds a été retirée en ZP4 à la suite d'une demande de l'UPE. En effet, après analyse complémentaire de terrain, le gain paysager est minime rapporté aux enjeux financiers de la transformation des publicités présentes.

**e) Compléter les dispositions sur les publicités ou préenseignes apposées sur clôture aveugle**

En zone 3 du RLP, qui correspond aux zones urbaines disposant de perspectives paysagères remarquables, les publicités apposées sur mur en pierre ont été interdites ainsi que celles scellées au sol pour la préservation desdites perspectives. Ceci entraîne l'installation de publicité sur clôture aveugle mettant à mal ces perspectives paysagères remarquables. Aussi, pour éviter que les publicités et préenseignes se reportent sur les clôtures aveugles, le choix est fait de les interdire en zone 3.

Dans la partie réglementaire, cela se traduit par la modification de l'article 9.

**f) Renforcer les dispositions en matière d'enseignes sur clôture**

Le RLP de 2017 interdit les enseignes sur clôture non aveugles dans le centre historique de Grasse. En revanche, aucune disposition n'a été envisagée dans les autres secteurs du territoire communal. Or, de nombreuses enseignes sur clôture, qu'elles soient temporaires ou permanentes, sont présentes dans le paysage et génèrent une pollution visuelle importante. De plus, elles répètent souvent le message d'autres enseignes scellées au sol ou situées sur le bâtiment de l'activité. Elles conduisent donc souvent à une surenchère particulièrement dommageable en termes de cadre de vie.





Enseignes sur clôture (temporaire : bâche et permanente), Grasse



Enseigne temporaire sur clôture, Grasse



Enseigne temporaire sur clôture, Grasse

Dans le but de limiter cette pollution, les élus ont fait le choix d'interdire les enseignes (permanentes) sur clôture dans le cas où l'activité concernée utilise d'autres enseignes pour se signaler (enseignes sur façade, enseignes scellées au sol ou posées, etc.). Dans le cas contraire, si c'est l'unique moyen de se signaler, alors l'enseigne sera limitée en nombre à une seule par voie bordant l'activité. Elle sera de plus limitée en surface à 1 mètre carré pour ne pas couvrir intégralement la clôture de l'activité signalée.

En ce qui concerne les enseignes temporaires sur clôture, une seule sera autorisée par voie bordant une même activité. La surface sera par ailleurs limitée à 2 mètres carrés afin de laisser quelques possibilités de communication à l'occasion d'opérations exceptionnelles mais en corrigeant la profusion observée dans certains secteurs dans le cadre de soldes par exemple.

Dans la partie réglementaire, cela se traduit par l'ajout de deux articles sur les enseignes sur clôture (nouveaux article 30 et article 38).

#### **g) Ajout d'une annexe rappelant les éléments de procédure**

Les services de la ville ont souhaité profiter de la modification pour compléter les annexes avec des éléments rappelant les éléments de la procédure d'autorisation et de la mise en application du RLP modifié. Le contenu de cette annexe figure ci-après.

### **Annexe : rappel du régime des autorisations, déclarations préalables et délais de mise en conformité**

#### **1) L'autorisation préalable**

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

#### **2) La déclaration préalable**

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

#### **3) Les délais de mise en conformité**

Les publicités et préenseignes disposent d'un délai de deux ans à partir de la date d'approbation de la modification du RLP pour se mettre en conformité avec les nouvelles dispositions du RLP. Les enseignes disposent d'un délai de six ans à partir de la date d'approbation de la modification du RLP pour se mettre en conformité avec les nouvelles dispositions du RLP.