



Commune de Callian

Rapport de présentation du Règlement local de publicité

Sommaire

Introduction	3
1. Contexte géographique et administratif	4
1.1. Localisation	4
1.2. Données chiffrées	4
1.3. Axes de communication	4
1.4. Activités économiques	4
1.5. Sites protégés	4
1.6. Contexte géographique	4
2. Historique de la démarche	5
2.1. Chronologie :	5
1- diagnostic de la publicité extérieure	5
2- Elaboration du règlement intercommunal de publicité.	6
3. Diagnostic	7
3.1. Objet du diagnostic	7
3.2. Problèmes identifiés	7
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu	8
3.4. Synthèse statistique	9
4. Orientations	11
4.1. Conforter sa forte vocation touristique en affirmant l'identité et l'image du territoire:	11
4.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :	12
4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes	12
5. Objectifs	13
5.1. Zonage : Trois niveaux de prescriptions	13
5.2. Objectifs pour les préenseignes	13
5.3. Objectifs pour les enseignes	14
Objectifs pour les enseignes du centre-ville	14
Objectifs pour les enseignes en zones d'activité	15
5.4. Objectifs publicité	16
5.5. Economies d'énergie	17
Conclusion	17

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 123-13 et des dispositions transitoires de l'article L. 123-19 du même code.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. À défaut de document d'urbanisme, il est tenu à la disposition du public.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.
Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 123-25 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale. (*Article R. 581-79 du code de l'Environnement*)

Les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet. Toutefois, une fois le RLP approuvé, ces compétences sont exercées par le maire au nom de la commune.

1. Contexte géographique et administratif

1.1. Localisation

La commune de Callian est située à l'est du département du Var (limitrophe des Alpes maritimes) et de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

La commune appartient depuis sa création en 2006 à la communauté de communes du Pays de Fayence qui a son siège dans la commune.

1.2. Données chiffrées

La commune comptait 3035 habitants (au recensement 2008) sur un territoire de 25,42 km², dont 75 % en zone naturelle.

1.3. Axes de communication

Les axes routiers principaux qui la traversent sont la D562 qui emprunte la plaine qui s'étend au pied des coteaux et la D56 qui relie le village à la D562.

1.4. Activités économiques

L'essentielle de l'activité économique de la commune se concentre le long de la D562 dans la plaine agricole.

Le centre village comporte également quelques commerces et services.

1.5. Sites protégés

Le cœur du village, situé à 325 m d'altitude, fait partie des huit villages perchés du Pays de Fayence. Le caractère pittoresque du village et des paysages alentours, composés de coteaux boisés ont valu leur inscription à l'inventaire des sites pittoresques du département du Var en 1967.

La commune de Callian compte également un monument historique inscrit : les ruines de la nef et du clocher de la Chapelle Notre-Dame ainsi que la chapelle du XVII^{ème} siècle, situées au lieu dit « Les Chenevières ».

1.6. Contexte géographique

Situé à mi-distance de la mer à 30 km et des premières stations de ski à 40 km, Callian bénéficie d'un climat et d'un ensoleillement exceptionnels qui contribuent à en faire une commune fortement touristique.

2. Historique de la démarche

2.1. Chronologie :

L'affichage publicitaire non maîtrisé est un problème que beaucoup de communes françaises connaissent, et notamment dans les entrées de ville. Cela constitue un réel enjeu en termes de rayonnement, d'aménagement paysager, voire, de sécurité.

Devant la dégradation importante de son territoire liée à la présence anarchique de publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes - Cf. lexique en annexe) essentiellement concentrée dans la plaine, aux abords des zones d'activité le long de la RD 562 classée route à grande circulation et dans une moindre mesure, le long des RD 563, 19, 37 et 4, le conseil communautaire du Pays de Fayence a décidé, début 2009, de commander une étude pour résoudre cette problématique.

Le contenu de la mission en trois phases confiée en juillet 2009 à un bureau d'étude spécialisé était le suivant :

- Phase I : diagnostic de la publicité extérieure dans le Pays de Fayence.
- Phase II : Elaboration d'un règlement intercommunal de publicité (RIP)
- Phase III : Mise en œuvre du RIP

1- diagnostic de la publicité extérieure

- Juillet-août 2009, réalisation du diagnostic des irrégularités en matière d'affichage publicitaire sur les grands axes du Pays de Fayence, et identification des sites nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.

Cette phase a été achevée le 7 octobre 2009 par sa restitution.

Il est apparu que quatre communes du Pays de Fayence limitrophes, particulièrement touchées par les débordements de l'affichage publicitaire justifiaient, dans un souci de cohérence, la mise en place d'un règlement de publicité intercommunal.

Les communes en question sont Callian, Fayence, Montauroux et Tourrettes.

Les représentants de ces quatre communes ont affirmé leur volonté de participer à l'élaboration d'un règlement intercommunal de publicité.

2- Elaboration du règlement intercommunal de publicité.

Cette phase a été entamée le 4 novembre 2009 par la présentation d'un projet de règlement intercommunal de publicité (RIP) pour les communes de Callian, Fayence, Montauroux et Tourrettes.

La démarche, engagée dans le cadre de la procédure ante Grenelle II a été interrompue du fait de la non constitution par le préfet du groupe de travail officiel chargé de finaliser le projet de RIP sollicité par délibérations des communes.

En juillet 2010, la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II modifie, notamment, certaines dispositions du Code de l'environnement dans son chapitre relatif à la publicité extérieure :

« Art. L. 581-14. – L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité [...]»

« Art. L. 581-14-1. – Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme [...]».

La démarche est réengagée fin 2010 selon la nouvelle procédure d'élaboration des RLP, sur le modèle de l'élaboration des plans locaux d'urbanisme.

La communauté de communes du Pays de Fayence n'étant pas compétente en matière de PLU, il n'était donc plus possible de faire un Règlement Intercommunal de Publicité (RIP) unique et chacune des quatre communes a dû délibérer pour se doter d'un règlement Local de Publicité (RLP) propre.

La procédure d'élaboration des RLP a néanmoins continué à être encadrée par le Pays de Fayence afin de préserver l'homogénéité des règlements.

La commune de Callian a délibéré le 10 décembre 2010 pour prescrire l'élaboration d'un règlement local de publicité sur son territoire, ainsi que les modalités de concertations. La délibération a été notifiée au préfet, au président du conseil général, au président du conseil régional, au président de la communauté de communes du Pays de Fayence, aux présidents des chambres consulaires ;

Une réunion publique de concertation a été organisée le 12 avril 2011 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux ;

3. Diagnostic

3.1. Objet du diagnostic

A partir d'un repérage de terrain, le prestataire a procédé à un recensement et une description de l'ensemble des dispositifs publicitaires non conformes dans le territoire communal, à savoir : enseignes, préenseignes, panneaux publicitaires, mobilier urbain, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Le diagnostic terrain date de juillet 2009, il est donc antérieur à la réforme du code de l'Environnement initiée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II et complétée par le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 applicable depuis le 1^{er} juillet 2012.

Il ne perd cependant pas son utilité puisque la plupart des infractions constatées en 2009 sont toujours d'actualité. Il convient cependant de souligner que, compte tenu du durcissement global de la réglementation sur la publicité extérieure, le nombre de dispositifs non conformes est selon toute probabilité bien supérieur depuis le 1^{er} juillet 2012.

Il faut également préciser que les nouvelles dispositions réglementaires applicables à la publicité extérieure restent en-deçà des objectifs de la commune.

3.2. Problèmes identifiés

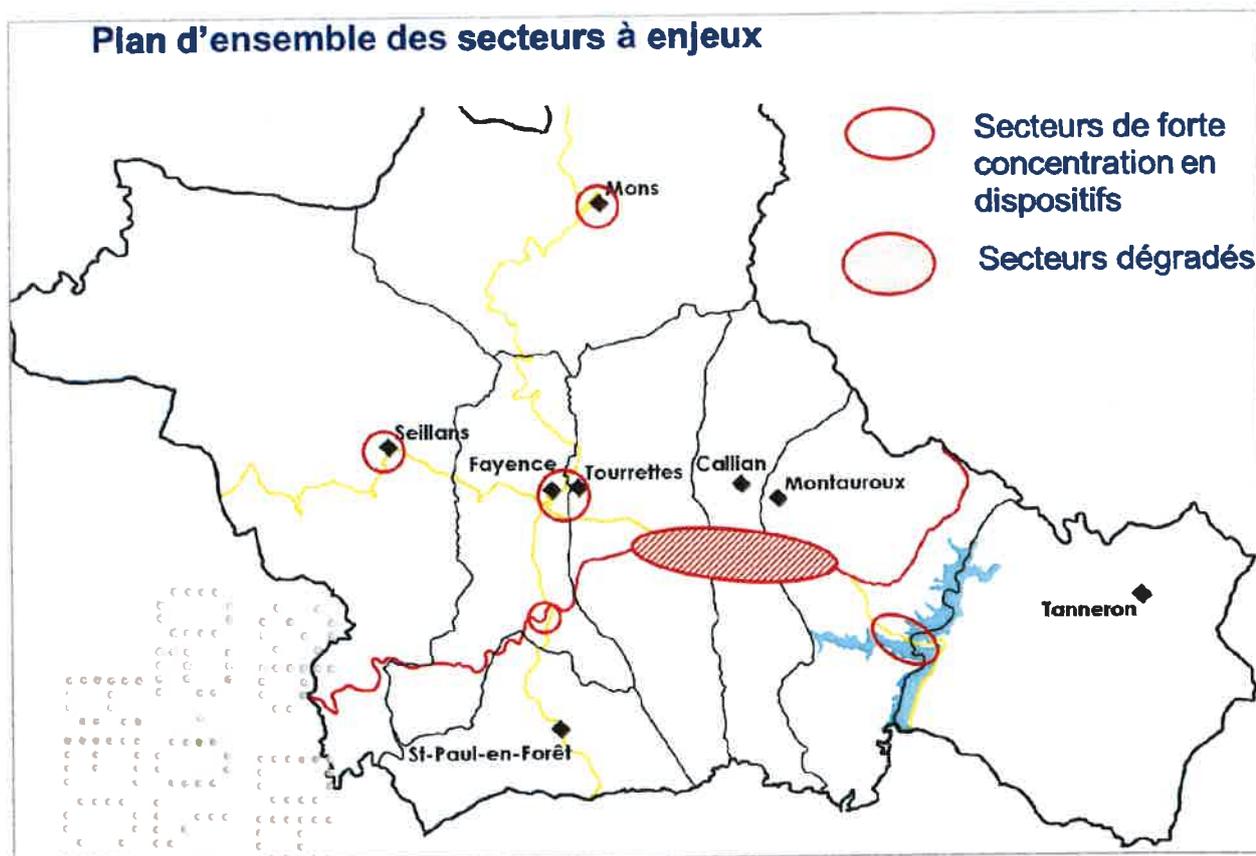
Le diagnostic a fait apparaître diverses problématiques dans la commune en termes d'affichage :

- Préenseignes qui prolifèrent notamment le long de la RD 562.
- Enseignes de grande dimension et en surnombre,
- affichage sauvage lié à des manifestations,
- qualité perfectible des enseignes,

Le RLP doit apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune ;

3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



Le secteur le plus dégradé est situé dans la plaine, le long de la RD562 et au niveau des zones d'activité qui la borde. Il touche en particulier les communes de Tourrettes, Callian et Montauroux.

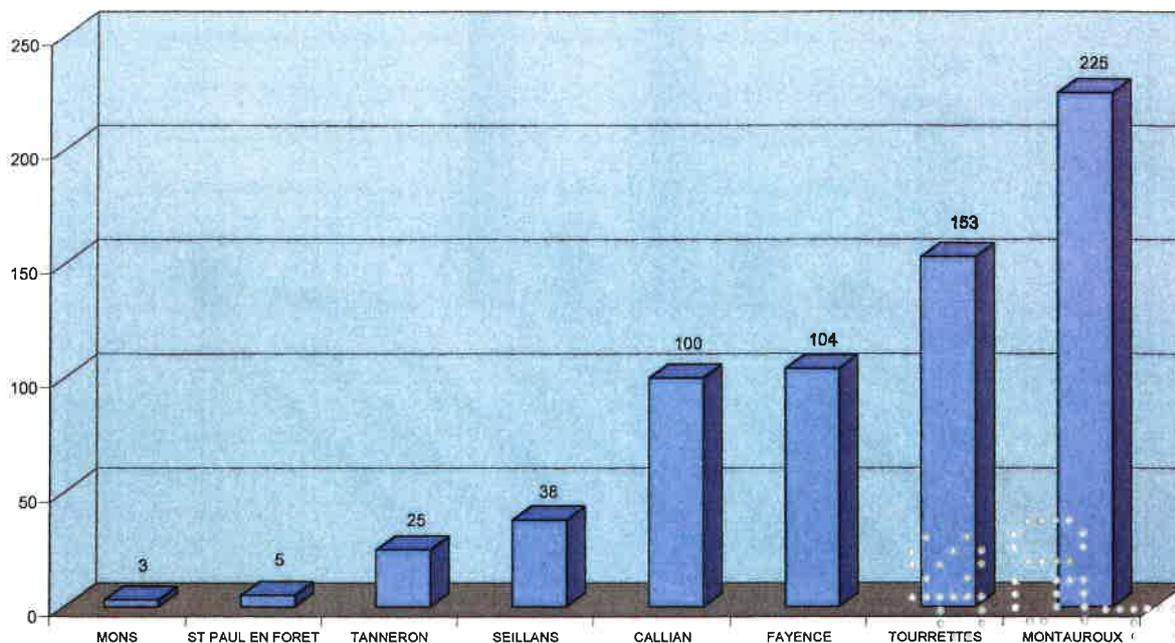
Le diagnostic révèle que la dégradation de la plaine a également un impact fort sur les perspectives paysagères sur les villages environnants qui ont la particularité d'être perchés.

En ce qui concerne Callian, en dehors du centre village, la plupart des activités commerciales sont concentrées en bordure de la D562 et à l'intersection entre les D562 et la D56.

3.4. Synthèse statistique

La dégradation du territoire se caractérise par un nombre important de dispositifs en infraction avec le Code de l'Environnement.

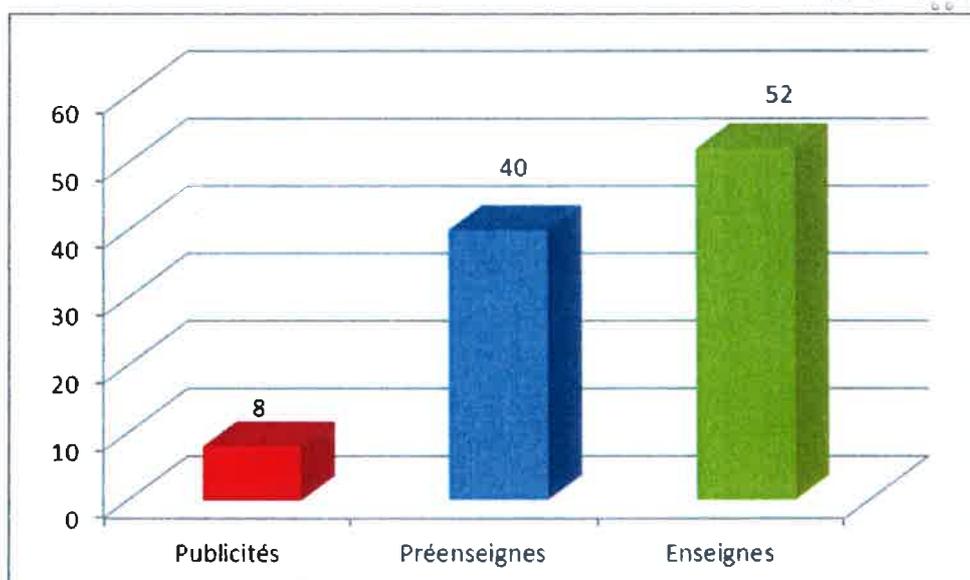
653 dispositifs en infraction ont été recensés en juillet 2009 répartis inégalement dans les 8 communes du Pays de Fayence.



Quatre communes sur les 8 (Callian, Fayence, Montauroux et Tourrettes) comptent 582 infractions, soit près de 90 % du total.

La commune de Callian comptait pour sa part 100 dispositifs en infraction avec la réglementation nationale en vigueur.

Nombre d'infractions par catégories de dispositifs à Callian

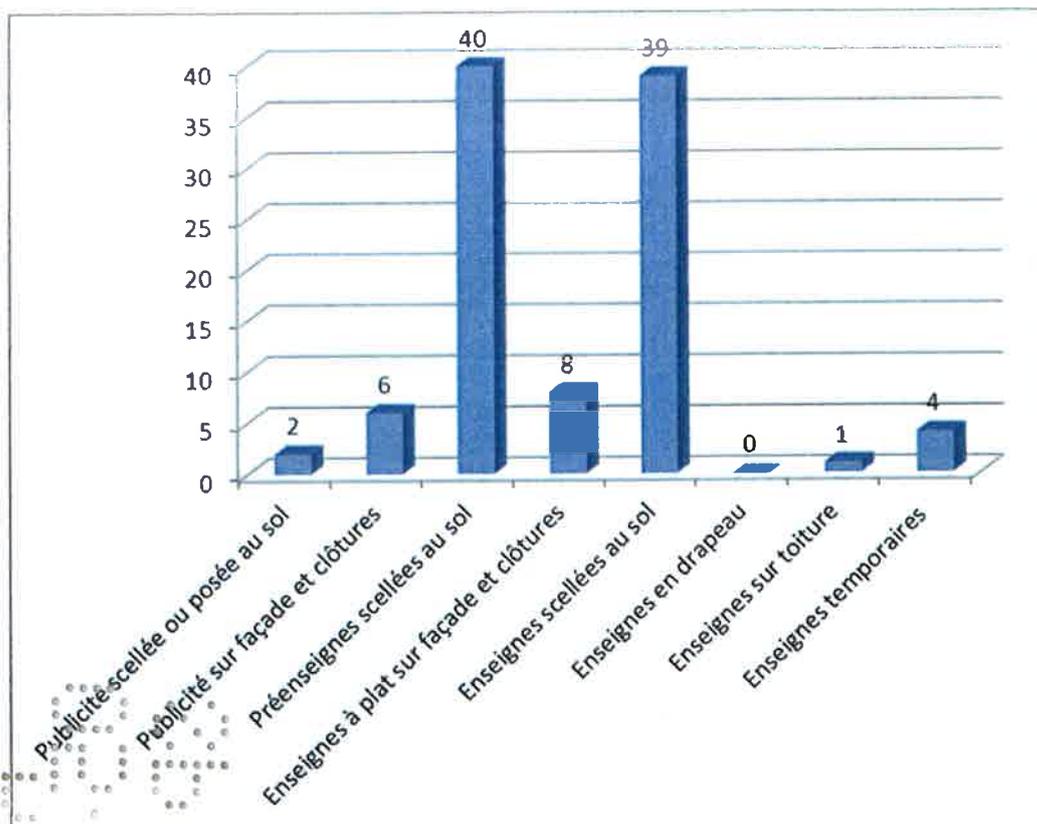


Le diagnostic a fait ressortir qu'une grande partie des infractions était le fait de préenseignes, installées par les entreprises souhaitant se signaler.

Il a donc été décidé que, parallèlement à la mise en place de RLP, une étude devait être menée pour établir un schéma de signalisation des zones d'activité et proposer une alternative légale et harmonisée aux publicités et préenseignes non conformes.

Ce sont cependant les enseignes qui comptent le plus grand nombre de dispositifs non conformes.

Nombre d'infractions par catégories de dispositifs détaillées à Callian



Après les préenseignes scellées au sol, ce sont les enseignes scellées au sol (39) qui comptaient le plus de dispositifs non conformes, le plus souvent en raison du dépassement du nombre d'enseignes scellées autorisées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que de nombreux dispositifs conformes vis-à-vis de la réglementation nationale, portaient cependant un préjudice important au territoire et que la simple application de la réglementation nationale ne serait pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionnaient les communes.

4. Orientations

Aujourd'hui la réglementation nationale autorise des dispositifs qui ne sont pas adaptés aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère, identifiés par la commune de Callian. Soucieuse du cadre de vie de ses habitants et de la vocation touristique de la commune, la municipalité s'est donc prononcée en faveur d'une réduction de l'affichage publicitaire sur son territoire et souhaite pour cela adopter un règlement local de publicité (RLP).

Sur la base du diagnostic, la commune de Callian, en concertation avec les communes de Fayence, Montauroux et Tourrettes a défini les grands enjeux et les orientations de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure :

Remarque : Pour les besoins de la démonstration, certains exemples photographiques sont pris en dehors de la commune ou de la communauté de communes du Pays de Fayence.

4.1. Conforter sa forte vocation touristique en affirmant l'identité et l'image du territoire:

- En améliorant la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers les traversant qui constituent la première vitrine du territoire et en particulier, les abords de la RD 562 à Callian.
- En protégeant, voire, en mettant en valeur le patrimoine architectural du centre village ;
- En valorisant le patrimoine paysager par la préservation des perspectives sur les collines et sur les villages perchés depuis la plaine.

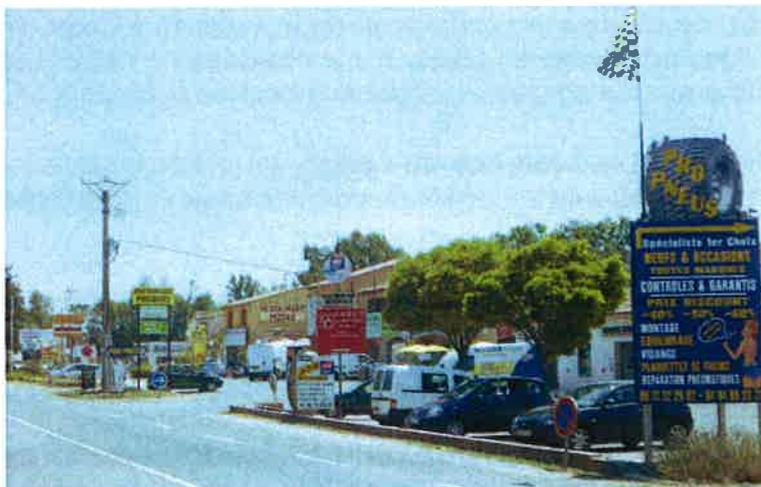


Valoriser le patrimoine architectural

Valoriser le patrimoine paysager

4.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :

- en privilégiant la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activité.



Enseignes de zone d'activité à améliorer

4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes

- en limitant les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière



Préenseignes en concurrence avec la signalisation routière

5. Objectifs

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Montauroux a arrêté les objectifs permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son règlement local de publicité.

5.1. Zonage : Trois niveaux de prescriptions

Il a été décidé d'instaurer trois zones de publicité réglementées distinctes dans l'ensemble du territoire de la commune de Callian, afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés.

- La zone de publicité réglementée n° 1 concerne l'ensemble des secteurs à vocation principale d'habitation et d'équipement situés en agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 2 concerne les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle. Elle englobe notamment les zones d'activité situées le long des RD 562 et RD 56, hors agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 3 concerne l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération non compris dans la zone de publicité réglementée n° 2. Elle permet de réglementer le format des enseignes des établissements isolés.

5.2. Objectifs pour les préenseignes

- Seules les activités dérogatoires peuvent être signalées.
- Les préenseignes dérogatoires restent soumises aux dispositions du régime général.
- En dehors du RLP, développer le jalonnement routier des zones d'activités et les relais d'information service. Ces relais sont composés de plans de ville ou de zone d'activité indiquant les différents commerces.

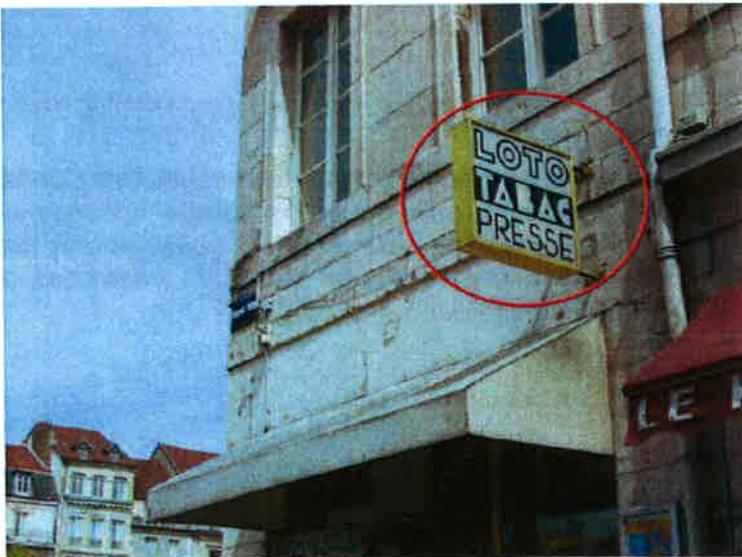


5.3. 5.3. Objectifs pour les enseignes

Remarque : Pour les besoins de la démonstration, certains exemples photographiques sont pris en dehors de la commune.

Objectifs pour les enseignes du centre-ville

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade.



Objectifs pour les enseignes en zones d'activité

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des **enseignes à plat sur façade**.

Limiter la surface des enseignes sur façade en proportion de la surface commerciale de la façade (comme le prévoit la réglementation nationale depuis le 1^{er} juillet 2012). Au-delà de la réglementation nationale, limiter le nombre d'enseignes par façade d'établissement et prescrire un seuil maximum par enseigne (25 m²).



- Proscrire les **enseignes sur toiture** au profit des enseignes à plat sur façade afin de préserver les perspectives sur les paysages environnants.



Améliorer la lisibilité des zones d'activités en limitant le nombre et la surface des enseignes scellées au sol

Au-delà de la réglementation nationale qui limite le nombre des enseignes scellées au sol à 1 dispositif par voie bordant l'activité (depuis le 1^{er} juillet 2012), prescrire des formats maximum en fonction du type de dispositif (6 m² sous forme de totem, 2 m² sous forme de mono pied...)



Enseignes en surnombre à proscrire



Enseigne de type totem à favoriser

5.4. Objectifs publicité

- Favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre, la surface et la densité des publicités sur façade.



- Maintenir l'interdiction de la publicité scellée au sol prévue par le régime général.
- Maintenir l'interdiction de la publicité dans le périmètre du site inscrit sauf pour la publicité apposée sur mobilier urbain à fonction accessoirement publicitaire.

5.5. Economies d'énergie

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la Commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité extérieure :

- en limitant les heures d'éclairage des enseignes et des publicités au-delà de ce que prévoit la réglementation nationale.
- en limitant les possibilités d'enseignes lumineuses aux seuls dispositifs à plat sur façade non animés (à l'exception des croix de pharmacies).



Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, la commune de Callian a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du règlement local de publicité introduit par le présent rapport de présentation.

