

**Martine Perotto**

---

**De:** Paysages de France <contact@paysagesdefrance.org>  
**Envoyé:** vendredi 10 novembre 2017 19:59  
**À:** Service urbanisme  
**Objet:** Projet de révision RLP - Avis de l'association Paysages de France à l'attention de monsieur le Commissaire enquêteur.  
**Pièces jointes:** 2017-11-09 AVIS Paysages de France projet RLP LE PRADET enquete publique.pdf

Madame, Monsieur,

Veuillez trouver ci-joint, dans le cadre de l'enquête publique relative à la révision du règlement local de publicité de la commune du Pradet, l'avis de l'association Paysages de France

Vous souhaitant bonne réception de ce document,

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos meilleures salutations.

### ***Paysages de France***

Association agréée au plan national au titre du Code de l'environnement

Indépendante des pouvoirs économique et politique

Maison de la Nature et de l'Environnement de l'Isère

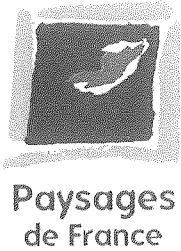
5, place Bir-Hakeim – 38 000 GRENOBLE

04 76 03 23 75

contact@paysagesdefrance.org

[paysagesdefrance.org](http://paysagesdefrance.org)





## Projet de révision du RLP du Pradet (Département du Var)

### Enquête publique

## Avis de l'association *Paysages de France*

L'association Paysages de France a pris connaissance du projet de règlement de publicité de la commune du Pradet, élaboré avec le cabinet Go pub Conseil.

Ce dernier, qui, à quelques nuances près, décline partout où il est missionné les mêmes orientations, a manifestement, une fois de plus, marqué fortement de son emprunte ledit projet.

Qui plus est, l'analyse de ce dernier laisse apparaître qu'il est totalement inadapté au contexte local et nécessite d'être entièrement repris.

### I - Organisation générale

#### **Absence de dispositions communes**

L'une des faiblesses des projets réalisés par ce cabinet est de ne pas prévoir de dispositions générales, autrement dit les dispositions communes aux différentes zones, ce qui a pourtant pour fonction évidente d'éviter d'inutiles répétitions et de faciliter la lecture du règlement.

#### **Une logique inadaptée : l'énumération des interdictions**

Le projet de règlement décline d'une zone à l'autre (ZP1 et ZP2 notamment) les différentes catégories de dispositifs existants et, au cas par cas, indique ceux qui sont interdits ainsi que les mesures applicables à ceux qui sont autorisés.

Un tel parti-pris non seulement alourdit inutilement le règlement, nuit à sa lisibilité, à sa crédibilité et à son efficacité, mais, eu égard à l'inventivité des publicitaires notamment et leur faculté à déceler les failles d'une réglementation, ne permet pas d'être exhaustif.

**Il convient donc d'inverser cette logique** en spécifiant que ne sont autorisés que les dispositifs qui sont mentionnés dans le règlement, selon les prescriptions applicables sur l'ensemble du territoire de la commune (dispositions générales) ainsi que zone par zone pour celles qui leur sont spécifiques.

#### **Critères retenus pour le zonage**

## Zones d'activités : polluer au lieu de réhabiliter

Le cabinet Go pub propose systématiquement dans les projets qu'il accompagne de considérer les zones d'activités, alors même qu'elles sont des secteurs extrêmement fréquentés, comme des « zones » que l'on peut impunément polluer.

C'est ainsi que les dispositions envisagées pour la ZP1, qui reprennent à la virgule près celles proposées dans d'autres règlements élaborés par ledit cabinet, consistent à autoriser :

les formats les plus grands, y compris, implicitement, les « dispositifs de dimensions exceptionnelles », sans limites de surface que sont les bâches publicitaires mentionnées à l'article R. 581-53 du code de l'environnement<sup>1</sup>, ainsi que les dispositifs dont l'impact sur l'ambiance paysagère des lieux est le pire (publicités scellées au sol de grand format, lumineuses et motorisées et même, numériques qui, outre un effet perturbateur considérable sur l'ambiance paysagère des lieux, mettent en danger la sécurité des usagers des voies publiques et vont très exactement à l'encontre de tout ce qu'il convient de faire, non seulement dans le cadre de la protection et de la reconquête du ciel nocturne, mais dans le contexte de réchauffement climatique).

Ainsi, plutôt que jouer le rôle de conseil et le rôle « pédagogique » qui devrait être le sien, plutôt que de favoriser la nécessaire réflexion sur les enjeux environnementaux, le cabinet « Go pub conseil » ne trouve rien de mieux à faire que de proposer, dans la trame des projets qu'il décline systématiquement, de conforter la situation qui prévaut dans ces espaces devenus l'un des plus désolants symboles de « *La France moche* ».

**L'enjeu est donc, très exactement à l'inverse du principe consistant à « charger la barque » dans de tels secteurs (syndrome dit familièrement du « papier gras »), de réhabiliter ces derniers et non d'y aggraver la situation.**

Il convient donc de prendre, pour ce faire, une mesure permettant tout à la fois d'avoir des effets concrets sur le terrain mais aussi de donner le signal de départ d'une approche plus globale du problème, que ce soit à travers une réflexion sur l'architecture commerciale, le verdissement de ces zones, leur contribution au développement des énergies renouvelables, transformer progressivement ces lieux marqués par une forme de violence visuelle, en des lieux apaisés.

**Mesure à prendre :** interdiction de la publicité, y compris sur mobilier urbain.

**Zones résidentielles : des mesures discriminatoires**

<sup>1</sup> La commune comptant plus de 10 000 habitants et la population agglomérée n'ayant pas été déterminée, l'état actuel des informations ne permet pas de savoir si le seuil des 10 000 habitants autorisant les dispositifs de dimensions exceptionnelles est ou non franchi. En tout état de cause, il convient que le futur règlement anticipe, si tel n'est pas déjà le cas, cet éventuel franchissement.

Un des effets – pervers – du projet est que, loin d'assurer un même niveau de protection du cadre de vie et de la qualité de l'environnement des habitants, il se propose au contraire d'instaurer, concernant les pollutions, nuisances et dangers engendrés par l'affichage publicitaire (régi par les dispositions du titre VIII, « *Protection du cadre de vie* », du Livre V du code de l'environnement traitant de la « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* », **de profondes différences de traitement en fonction des lieux de résidence.**

C'est ainsi par exemple, que, selon qu'il réside en ZP2 ou en ZP3 A, un citoyen de la même commune se verra infliger un niveau de pollution totalement différent.

En ZP2, la pollution que le projet envisage d'imposer aux habitants est sans commune mesure avec ce qui est prévu en ZP3 A. En ZP2, seraient en effet admis non seulement :

- les panneaux muraux de grand format (8 m<sup>2</sup>), qui plus est, lumineux, défilants et motorisés (rien n'interdisant ces procédés hormis les publicités lumineuses numériques) ;
- les enseignes scellées au sol de grande hauteur et format (6 m<sup>2</sup> / 6 m de hauteur) ;

Mais même, implicitement :

- Les « dispositifs de dimensions exceptionnelles » (publicités géantes sans limites de surface) mentionnés à l'article R 581-53 (voir également note 1 page 2).

Qui plus est, aucune règle spécifique de densité n'étant prévue, c'est la réglementation nationale qui s'applique *de facto*. O l'exception prévue au 2<sup>e</sup> alinéa du I de l'article R. 581-25 du code de l'environnement – article particulièrement alambiqué et dont nul n'ignore qu'il a été "réécrit" par le puissant *lobby* des afficheurs – est systématiquement exploité par ces derniers selon une interprétation qui réduit à néant le 1<sup>er</sup> alinéa de ce même article, lequel dispose pourtant que « *ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.* »

**Mesure à prendre :** fondre les ZP2 et ZP3 A en une zone unique.

1. **Enseignes** : sont autorisées, à l'exclusion de tout autre catégorie d'enseignes, les enseignes parallèles et perpendiculaires,
2. **Publicités** : sont autorisées, à l'exclusion de tout autre dispositif publicitaire :
  - les publicités murales d'une surface de 4 m<sup>2</sup> maximum à raison d'une seule publicité sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 120 mètres linéaire.

- la publicité sur mobilier urbain d'une surface de 2m<sup>2</sup> maximum et de 2 m de hauteur maximum, le nombre des dispositifs pouvant supporter de la publicité à titre accessoire étant limité à dix maximum.

## II – Autres mesures envisagées

### Le "scandale" de la ZP3 B

La réglementation nationale pose très logiquement le principe de l'interdiction de toute publicité dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux (article L. 581-8 du code de l'environnement).

Certes, la possibilité de déroger à cette interdiction générale est également prévue.

Encore convient-il de ne pas envisager une telle démarche que s'il s'agit de répondre à des besoins avérés, de ne le faire qu'à titre exceptionnel et avec le plus grand discernement, ce qui suppose de n'autoriser que des dispositifs adaptés au contexte, autrement dit qui ne s'imposent pas dans le paysage.

Or c'est exactement le contraire qui est actuellement envisagé dans le projet en question.

C'est ainsi que seraient autorisés sur les trottoirs des publicités de 4 m<sup>2</sup>, de 6 mètres de haut (!), éclairés, numériques même<sup>2</sup> (les afficheurs vantent sur leurs sites l'agressivité de ce genre de publicités...).

Et donc des dispositifs qui :

- modifient radicalement l'ambiance paysagère des lieux ;
- encouragent de fait le gaspillage énergétique la commune faisant alors l'inverse de ce qui est demandé aux citoyens ;
- aggravent encore la pollution du ciel nocturne alors même que tout doit être entrepris pour la réduire.

Cela sans compter la mise en danger des usagers des voies publiques, qui serait donc décidée par ceux-là même qui ont pour mission de veiller à leur sécurité alors que le code de la route dispose :

---

<sup>2</sup> Les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, **sont considérés par les afficheurs eux-mêmes comme ayant le plus fort impact sur leur environnement**. Ces dispositifs, outre leur effet de **banalisation** des espaces impactés, **perturbent de façon tout à fait considérable l'ambiance paysagère** de ces derniers. Ils sont également, de très loin, ceux que l'on peut considérer comme **les plus accidentogènes**.

*« sont interdites la publicité [...] et [les] préenseignes qui sont de nature [...] à solliciter [l']attention [des usagers des voies publiques] dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. » (article R. 418-4).*

Or de tels dispositifs ont, par « nature », vocation de capter au mieux l'attention des passants, qu'il se déplacent à pied, à vélo ou en automobile.

Tel quel, le règlement ferait alors jouer à la commune un très mauvais rôle puisque c'est un conseil municipal qui, en dernier ressort, assumerait la responsabilité de prendre la décision de polluer un espace qui, sinon, ne le serait pas et qui, lui-même, donnerait ainsi, en installant cette pollution sur des voies publiques, l'exact contre-exemple de ce qu'il convient de faire en matière d'environnement et de sécurité.

Le cabinet Go pub préconise en toutes zones le recours à un format de 4 m<sup>2</sup> (qui plus est d'une hauteur considérable) dont, hélas, les effets calamiteux ont pourtant déjà pu être mesurés là où de tels dispositifs ont été implantés, qui correspond en outre au **double de la surface maximale autorisée à Paris (!)**, ville de plus de deux millions d'habitants.

On mesure dès lors le caractère totalement inconsideré d'une telle proposition.

Mais lorsque, en outre, cela est même préconisé dans un secteur qui, en l'absence de RLP, serait automatiquement épargné par une telle nuisance, il apparaît difficile de ne pas parler de mesure "scandaleuse".

**Mesure à prendre :** retour aux dispositions fixées au I, 7° de l'article L. 581-8 du code de l'environnement

## Publicité sur mobilier urbain dans les autres zones

Au regard des motifs précités, il convient bien évidemment de modifier les règles applicables à la publicité sur mobilier urbain sur le reste du territoire où la publicité peut être admise,

- soit en ne l'autorisant pas, le rôle d'un conseil municipal n'étant certainement pas de prendre une mesure aux multiples conséquences négatives telles que rappelées ci-dessus,
- à défaut, selon les modalités précédemment exposées, soit :

Surface de 2m<sup>2</sup> maximum, hauteur de 2 m maximum, nombre des dispositifs pouvant supporter de la publicité à titre accessoire limité à dix au maximum. Publicité uniquement non lumineuse et fixe.

Très  
grave  
lacune

## Bâches publicitaires

Aussi invraisemblable que cela puisse paraître, le projet fait l'impasse sur « les dispositifs de dimensions exceptionnelles » mentionnées à l'article R. 581-53 du code de l'environnement qui se trouvent donc *de facto* autorisées en ZP1 et ZP2 (voir note 1, page 2) !

Il va de soi que de tels dispositifs, tout comme les dispositifs scellés au sol et numériques n'ont en aucun cas leur place dans une commune comme Le Pradet.

Ils l'ont encore moins dans une commune qui s'est engagée – et c'est tout à son honneur – dans une démarche collective de protection et de mise en valeur de l'un des joyaux du patrimoine naturel national et même mondial, en l'occurrence le parc national de Port-Cros.

Ceci d'autant plus que l'image extrêmement valorisante et le prestige qui s'attachent au label parc national bénéficient bien évidemment aux communes qui font partie de l'ensemble que constituent le cœur du parc et son écrin, qui est l'aire d'adhésion.

Les parcs nationaux de France sont conçus comme des entités dont il faut respecter la cohérence :

***« Les aménagements et activités de l'aire d'adhésion doivent être envisagés au regard du parc national dans son ensemble. Ils ne doivent pas avoir de répercussions négatives sur les mesures de protection engagées dans le cœur du parc national. »***

**Mesure à prendre :** ne pas autoriser explicitement ou implicitement « les dispositifs de dimensions exceptionnelles » visés à l'article R. 581-53 du code de l'environnement.

## Enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur :

Le projet de règlement ne fixe aucune limite maximale de surface autre que – implicitement – le pourcentage défini par la réglementation nationale, **ce qui revient à autoriser sur certains bâtiments commerciaux, qu'ils soient situés en agglomération ou même hors agglomération, des enseignes de très grandes dimensions.**

Cela alors notamment que l'un des principaux enjeux rappelés ci-dessus est, entre autres, de réhabiliter ou de favoriser la qualité des zones commerciales, mais aussi de protéger au mieux les espaces situés hors agglomération, l'objectif étant d'empêcher et d'anticiper *a minima* les débordements tels que ceux illustrés par les photographies ci-dessus.



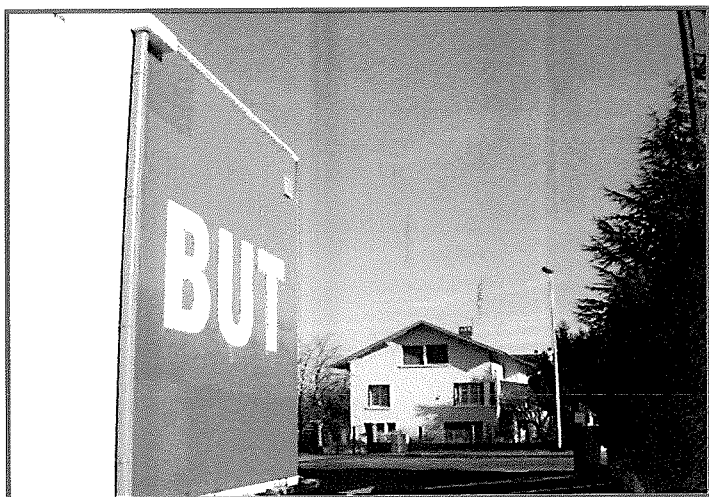
En l'absence de surface maximale définie (plafond), certains bâtiments pourraient en effet se retrouver affublés d'enseignes gigantesques.

À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade fait 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut recevoir une enseigne de 120 m<sup>2</sup> !

**REMARQUE concernant les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur :**

*Le fait que, dans le cadre d'un RLP, les enseignes soient soumises à autorisation n'empêche pas un pétitionnaire de saisir au besoin le juge administratif et de se prévaloir du régime qui s'applique dès lors que des dispositions spécifiques ne figurent pas dans le règlement local.*

*Il convient donc dans le cas d'espèce, afin de se prémunir de tout éventuel contentieux, d'assortir la règle de pourcentage d'un plafond permettant d'éviter de tels débordements.*



**Mesure à prendre (disposition générale) :**

La surface cumulée des enseignes sur chacune des façades d'un établissement ne peut excéder 6 m<sup>2</sup> quelle que soit la surface de la façade.

**Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol**

Le projet dans sa version actuelle prévoit de les autoriser en ZP1 et ZP2.

Ces enseignes faisant le plus souvent doublon avec les dispositifs muraux, elles n'ont aucune utilité réelle mais ont le même impact – désastreux – que les dispositifs scellés au sol, que ceux-ci soient des publicités ou des enseignes.



En outre, ces dernières ont plutôt pour effet, du fait notamment de leur accumulation en première ligne, de nuire à la lisibilité des « véritables » enseignes<sup>3</sup> à savoir celles apposées sur les bâtiments concernés.

Enfin, le recours à ce qu'il est convenu d'appeler « totems » est à proscrire à cause notamment, outre leur aspect « clinquant », de l'effet de banalisation que ces derniers engendrent.

**Mesure à prendre (disposition générale) :**

Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol **ne peuvent être autorisées que pour les établissements dont la ou les enseignes sur façade ne sont pas visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.**

Dans ce cas, leur surface ne peut excéder 1 m<sup>2</sup>.

## Enseignes temporaires

**Grave  
lacune**

L'article R 581-70 du code de l'environnement ne fixe aucune **limitation de surface pour les enseignes temporaires sur façade signalant des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ou des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique...**



*Enseigne temporaire présentée par l'opérateur comme « offrant un impact visuel très percutant ».*

Du fait de ce vide juridique, les enseignes temporaires sur façades peuvent donc atteindre des centaines de m<sup>2</sup>, voire plus. Il est possible de recouvrir la totalité des façades.

En outre, l'absence de tout encadrement permet de contourner la réglementation et de vider de toute portée les règles visant à limiter la surface et le nombre des enseignes autres que temporaires, sachant au demeurant que quatre

« opérations exceptionnelles de moins de trois mois » permettent même de couvrir l'année entière.

<sup>3</sup> Le Conseil d'État a jugé que seuls les dispositifs apposés en « façade » ou en « devanture » du local où est exercée l'activité peuvent être qualifiés d'enseignes, les dispositifs scellés au sol devant dès lors être considérés comme des préenseignes. (Conseil d'État, 4 mars 2013, n°353323).

L'absence de disposition en la matière dans le projet de RLP du Pradet constitue donc une importante lacune.

En outre, le projet limite à 6 m<sup>2</sup> la surface maximale des enseignes temporaires scellées au sol, ce qui reste tout à fait excessif, eu égard notamment aux motifs évoqués précédemment.

**Mesure à prendre (disposition générale) :**

La surface cumulée des **enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur** ne peut excéder 4 m<sup>2</sup>

Seules sont autorisées **les enseignes temporaires scellées au sol ou posées directement sur le sol** relatives à des opérations immobilières ou à des travaux publics. La surface de ces dernières est de 3 m<sup>2</sup> maximum. Il ne peut être installé plus d'un dispositif.

**Grave  
lacune**

## **Préenseignes temporaires<sup>4</sup>**

Le code de l'environnement prévoit la possibilité d'installer **hors agglomération\*** quatre préenseignes au sol (sur piquet ou posées directement sur le sol), de 1 m de hauteur sur 1,50 m de longueur en vue de signaler « *des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou **des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.** »* »

Afin d'éviter la prolifération des préenseignes temporaires, notamment dans une commune très exposée eu égard à sa situation, il convient de limiter le nombre de ces préenseignes temporaires, de limiter leur surface ainsi que leur durée d'installation.

Ceci d'autant plus que l'interdiction des préenseignes autres que celles, dites « dérogatoires » mentionnées à l'article L. 581-19 du Code de l'environnement pourrait inciter certains annonceurs à contourner la réglementation en vigueur par le biais de l'installation de préenseignes temporaires, à raison de quatre par an, signalant des « *opérations exceptionnelles de moins de trois mois* ».

<sup>4</sup> Rappel : dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités, et sont donc soumises à déclaration, lorsque leur hauteur dépasse 1 m et leur largeur 1,50 m. Afin d'éviter tout risque de débordement (préenseignes temporaires sauvages), il convient de préciser dans le règlement que, quelle que soit leur surface, les préenseignes temporaires ne peuvent être installées en agglomération que sur les espaces publicitaires disponibles.

**Mesure à prendre (disposition générale) :**

- Les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article R. 581-20 peuvent être signalées hors agglomération par deux préenseignes temporaires maximum, d'une surface unitaire de 0,80 m<sup>2</sup> maximum –

Elles peuvent être installées une semaine avant le début de la manifestation et doivent être démontées trois jours au maximum après la manifestation ;

La durée maximale entre l'installation et le démontage de ces dispositifs **est de quinze jours**.

## **Limites d'agglomération**

Le périmètre tel que défini par arrêté du 21 décembre 2011 inclut des secteurs non bâtis situés hors agglomération : il convient donc de modifier ledit arrêté.

En tout état de cause, ce dernier ne sera pas opposable en cas de non-respect de la réglementation nationale applicable hors agglomération (cf. jurisprudence en la matière).