

COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

FORMATION " PUBLICITÉ "

Séance du 30 juin 2025

QUORUM REQUIS : 9 VOTANTS : 13		
PRÉSIDENTE	M. David DOLIQUE, chef du bureau de l'environnement et du développement durable	
BUREAU ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE	Mme Milena CHAREYRE secrétariat CDNPS	
	1^{ER} COLLÈGE – État	Représenté par :
	Direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement Provence-Alpes-Côte d'Azur	Mme Françoise REBOULOT
	Direction départementale des territoires et de la mer du Var (2 voix)	Mme Laetitia COUDERT Mme Carole BARRANCO
	Unité départementale de l'architecture et du patrimoine	Mme Anna PELLEGRINI

	2ème COLLÈGE – Élus, collectivités territoriales et EPCI	Représenté par :
	Association des maires du Var	M. Philippe BARTHÉLÉMY, maire de Saint-Cyr-sur-mer
	Conseil départemental	Mme Andrée SAMAT donne pouvoir au président de séance
	Représentant d'établissement public de coopération intercommunale	Excusé
	3ème COLLÈGE – Associations, professionnels et experts	Représenté par :
	Écologue	M. Yves MORVANT
	Paysagiste	Donne pouvoir à M. MORVANT
	AVSANE	M. Marc RAINAUD
	UDVN 83	Non représenté
	4ème COLLÈGE – Représentants des entreprises de publicité et des fabricants d'enseignes	Représenté par :
	Groupe JCDecaux	M. Cyril GIUSTI
	INSERT	M. Jérôme BRISSON donne pouvoir à M. Cyril GIUSTI
	CITYZ MÉDIA	M. Stéphane GAFFORI
	E-visions	Non représenté
	Représentant de la commune ou de l'EPCI intéressé par le projet (1 voix) : TPM	Non représenté

COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

FORMATION " PUBLICITÉ "

Séance du 30 juin 2025

COMMUNES	CARQUEIRANNE, LA CRAU, LA GARDE, HYERES, OLLIOULES, LE PRADET, LE REVEST-LES-EAUX, SAINT-MANDRIER-SUR-MER, LA SEYNE-SUR-MER, SIX-FOURS-LES-PLAGES, TOULON, LA VALETTE-DU-VAR
DOSSIER	Règlement local de publicité intercommunal
PÉTITIONNAIRE	Métropole Toulon Provence Méditerranée
RAPPORTEUR	DDTM et DREAL PACA
TEXTES	Code de l'environnement : article L581-14-1 Code de l'urbanisme : articles L153-16 et 17

PRÉSENTATION DU DOSSIER

La Métropole Toulon Provence Méditerranée (MTPM), porteuse du projet de règlement local de publicité intercommunal, est représentée par Mesdames Christine MORICE DGAS Développement durable et valorisation du territoire, Aurélie MEYER, directrice de la planification territoriale des projets urbains et de la fiscalité et Inès GUILLIER, cheffe de service planification urbaine. Elles sont accompagnées de Madame Candice RIBOT, cheffe de projet du bureau d'études Citadia Conseil.

A titre liminaire, Madame MORICE insiste sur le fait que ce projet est le fruit d'une concertation réalisée avec le public, l'État, les collectivités, depuis 2020.

Madame RIBOT présente le projet de TPM, diaporama à l'appui.

Elle rappelle tout d'abord les objectifs visés par ce projet de RLPi. Il s'agit de protéger le cadre de vie, l'image du territoire, son attractivité, ses paysages remarquables, son patrimoine ainsi que son dynamisme économique, mais aussi d'adapter la réglementation nationale aux particularités de la métropole. L'enjeu principal de ce RLPi est de définir des règles de publicités, dans une logique intercommunale, tout en tenant compte des différences économiques et paysagères des territoires.

Après le passage en CDNPS, le projet sera soumis à l'enquête publique, à la fin de l'été 2025.

Madame RIBOT évoque les problématiques actuelles constatées en matière d'enseignes et de publicité. L'accumulation de publicités peut dégrader certains secteurs et leur cadre naturel (zones commerciales et pôles d'activités, principaux axes routiers du territoire). On

retrouve aussi des dispositifs de grande taille dans des secteurs résidentiels, ce qui est susceptible de dégrader le cadre de vie des riverains.

En matière d'enseigne, une multitude d'enseignes de grandes tailles peuvent avoir tendance à créer de la confusion entre elles et nuire au message commercial. En centre-ville, certaines enseignes de grandes tailles, de formes ou de coloris non adaptés peuvent dégrader l'image des centres anciens.

Suite à ce diagnostic, Madame RIBOT présente le projet de zonage du RLPI, qui prévoit de découper le territoire en 5 grandes zones :

ZP1 : sites patrimoniaux remarquables, centre historiques, noyaux villageois

ZP2 : zones à dominante résidentielle

ZP3 : entrées de ville

ZP4 : zones économiques

ZP0 : hors agglomérations où la publicité est interdite

Chacune de ces zones sont elles-mêmes découpées en plusieurs sous-zones (page 12 du diaporama). L'objectif de ce sous zonage est de répondre aux enjeux et problématiques spécifiques, relevés lors du diagnostic .

Madame RIBOT présente les principales règles projetées en matière de publicité et pré-enseignes, selon la zone et le support de publicité (pages 15 à 18)

En matière d'enseigne, Madame RIBOT détaille les règles établies pour les enseignes parallèles à la façade (nombre, dimensions et aspect autorisé) (page 21).

Les membres débattent sur la photo qui sert de contre-exemple à ce qui est attendu. L'enseigne « Maison Sarroche – Chocolats - Pâtissier » est présente sur deux lignes, ce qui est contraire à la règle exposée dans le projet de RLPI. Mais son aspect est jugé élégant par les membres. Avec cet exemple, Madame REBOULOT fait remarquer que la règle lui paraît sévère du point de vue des commerçants qui ont besoin de se signaler, et risquent de contourner la règle pour pouvoir y échapper. Elle fait remarquer que chaque enseigne sera soumise à une analyse au cas par cas, et autorisation préalable. L'avis de l'architecte des bâtiments de France sera également demandé pour les enseignes en centre historique.

Madame RIBOT poursuit sa présentation en abordant les règles projetées pour les enseignes au sol de plus de 1 m² (nombre, dimensions et aspect autorisé selon les zones d'implantation) (page 22) ainsi que sur les enseignes en façade (page 23). Enfin, le projet prévoit aussi de réglementer les enseignes sur toiture, sur clôture et au sol (page 24), ainsi que les enseignes lumineuses et numériques (page 25).

En matière d'enseignes numériques intérieures, Madame PELLEGRINI, architecte des bâtiments de France, préconise une surface maximale totale de 25 % de la baie qu'il conviendrait de subdiviser en plusieurs écrans de taille A3, à la place d'un seul écran.

Madame RIBOT rappelle les règles d'extinction nocturne des vitrines, de minuit à 7h du matin.

Madame REBOULOT, chargée de mission paysage et publicité à la direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL), rapporte les observations de l'État, formulées en concertation avec la direction départementale des territoires et de la mer (DDTM) représentées par Mesdames COUDERT et BARRANCO.

Elle rappelle rapidement les zones d'interdiction absolue et relative de publicité qui émaillent le territoire du RLPI.

Le zonage projeté par TPM est cohérent et a bien pris la mesure de ce territoire, des lieux à protéger, des zones résidentielles et économiques.

Le projet maintient beaucoup d'interdictions. Les monuments historiques sont protégés.

Toutefois, Madame REBOULOT partage son étonnement sur le grand nombre de publicité

sur mobilier urbain au format de 8 m², et le nombre de panneaux projetés sur l'aire du Parc national de Port-Cros (PNPC). TPM a réalisé un travail de réduction du nombre de ces panneaux en concertation avec le Parc national, pour en laisser 20, contre 36 à l'heure actuelle.

Concernant le format des autres publicités, murales et scellées au sol, sur l'aire d'adhésion du PNPC, Madame REBOULOT ajoute qu'imposer des dimensions de 4 m² maximum pourrait être très contraignant pour les standards publicitaires, sachant que ce format a été porté à 4,7 m² dans le règlement national de publicité. Le projet de RLPi n'a pas besoin d'être conforme à la Charte du Parc, il doit en revanche être compatible en réévaluant la dimension des publicités.

Dans ses observations, Madame REBOULOT souligne que le projet de RLPi favorise la sobriété énergétique et la préservation de la biodiversité nocturne par un certain nombre de prescriptions, telles que la limitation du nombre de dispositifs publicitaires par unité foncière (ce qui réduit l'emprise de l'affichage publicitaire sur le territoire), la réduction des formats, la limitation des zones autorisant les enseignes numériques et les plages d'extinction nocturne.

Madame REBOULOT ajoute que la métropole a trouvé un équilibre entre les objectifs de préservation des paysages et du cadre de vie, ainsi que les objectifs de développement économique du territoire.

Elle relève toutefois que, dans l'objectif de préserver le cadre de vie et la protection des paysages, il a été fait le choix de protéger les cônes de vue en limitant la superficie et le format de la publicité et des enseignes au sol. Cette notion est intéressante, mais il aurait été plus pertinent de prendre en compte ces cônes de vue au moment de la réalisation du zonage. En effet, cela crée une nouvelle règle qui se superpose aux autres. Ces superpositions rendent la lecture et l'application du document, complexe, et génèrent un risque contentieux.

Ainsi, le classement des axes routiers structurants en ZP3 n'est pas cohérent par endroits avec les cônes de vue identifiés dans le territoire par le projet. En effet, le zonage ZP3 permet les plus grands formats de dispositifs publicitaires, tandis qu'ils les limitent à une surface de 2 m² sur mobilier urbain, ce qui correspond aux dispositions de la zone ZP2.

Il serait donc plus cohérent de classer ces secteurs d'emprise des cônes de vue en zone ZP2 pour toutes les communes.

Madame PELLEGRINI, cheffe de l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine du Var (UDAP), partage l'avis de son service sur le projet de RLPi, annexé au compte-rendu. Madame PELLEGRINI indique tout d'abord que les servitudes d'utilité publique et patrimoniale ont été prises en compte, mais des erreurs matérielles et des défauts de lisibilité, listés dans le rapport, subsistent et sont à corriger.

Sur le fond, Madame PELLEGRINI préconise quelques modifications dans un souci de meilleure lisibilité du règlement (problématique des cônes de vue, pour les sites patrimoniaux remarquables et les périmètres délimités des abords de monuments historiques (PDA)), de cohérence (suppression de la zone ZP3a à l'intérieur du PDA de La Garde et modification de ce zonage aux abords de la bastide d'Orvès) et dans un souci de meilleure protection des sites remarquables (impact visuel du mobilier urbain sur la corniche de Tamaris).

Madame PELLEGRINI préconise également que le projet de règlement fixe la hauteur du

mobilier urbain à 2 mètres maximum par rapport au sol.

A cette préconisation, Monsieur GIUSTI, représentant de JCDecaux, et Monsieur GAFFORI, représentant de Cityz Media, répondent que le mobilier urbain évoqué possède une taille standardisée au niveau industriel, de 2,5m de hauteur, hors sucette, car le bas du mobilier permet de stocker le matériel, ainsi que des compteurs électriques.

En matière d'enseignes, Madame PELLEGRINI est satisfaite de ce que propose le projet.

Monsieur GIUSTI partage ses observations sur le projet de RLPi.

Il interroge sur le manque d'homogénéité des règles à l'échelle régionale, notamment l'interdiction de mobiliers urbains à moins de 50m des ronds-points, alors que, dans d'autres métropoles comme Nice ou Marseille, la règle est de 15m. La distance de 50 m lui semble exagérée.

Monsieur GIUSTI partage également l'étude d'impact réalisée par JCDecaux sur ce projet. La mise en œuvre des règles contenues dans le projet de RLPi donnerait lieu à une perte de 60 % du mobilier publicitaire légal présent sur la métropole. Or, Monsieur GIUSTI souligne que si les règles actuellement en vigueur étaient correctement appliquées, on pourrait déjà réduire de 30 % le nombre de dispositifs publicitaires. Le paysage publicitaire d'aujourd'hui ne reflète pas la réglementation.

En outre, Monsieur GIUSTI souligne que cette perte de 60 % du mobilier publicitaire risque de s'accompagner d'une perte d'emplois dans le secteur. Le projet tend à s'éloigner des objectifs du Grenelle qui appelait à concilier écologie et économie.

En matière de cône de vue, le fait d'intégrer cette donnée rend les règles illisibles.

Monsieur GAFFORI soulève que les grandes entreprises d'annonceurs publicitaires tâchent de se mettre en conformité avec la réglementation actuelle. Mais de plus petites entreprises, moins scrupuleuses, ne respectent pas les règles en vigueur. Le non-respect de la réglementation actuelle est générateur de concurrence déloyale.

Madame REBOULOT confirme que l'excès de publicité porte atteinte à l'image du territoire. Elle espère que si le projet de RLPi finit par être adopté il pourra être réellement appliqué par les collectivités.

Les représentantes de TPM indiquent que l'ensemble des agents des communes seront accompagnés par la métropole lors de la mise en œuvre du RLPi.

Monsieur GAFFORI note que ce projet constitue une évolution positive pour dédensifier le paysage. Sur certains points, il facilite également le travail des afficheurs.

Néanmoins, le projet dessine beaucoup de zones, elles-mêmes subdivisées en sous-zones, avec des règles distinctes. Ce découpage laisse à craindre des difficultés de lecture et d'interprétation, aussi bien pour les publicitaires que pour les collectivités.

Le président de séance partage aux membres l'avis émis par Monsieur BRISSON, membre du quatrième collège, qui n'a pas pu se déplacer et qui émet un avis défavorable sur ce projet en raison :

« - Des multiples interdictions et restrictions prévues par le RLPi (notamment les nombreuses interdictions de publicité « grand format » et les règles de densité associées, l'interdiction de la publicité sur une profondeur de 50 mètres autour des giratoires (hors ZP4) ou encore l'interdiction dans l'emprise des cônes de vue) :

Or, les RLPi doivent trouver un juste équilibre entre protection du cadre de vie et liberté du commerce et de l'industrie et doivent ainsi contenir des mesures raisonnables et raisonnées.

Toute interdiction doit être dûment justifiée par des considérations locales.

Le Tribunal administratif de Pau (TA Pau, 28 mai 2025, N°2301077) veille ainsi au respect par les RLP(i) de la liberté du commerce et de l'industrie ainsi que de la liberté d'expression et d'affichage, garantie par l'article L581-1 du code de l'environnement.

Sur ce fondement, le juge administratif peut censurer des RLPi dont les restrictions, imposées cumulées ou prises individuellement, conduisent à une interdiction générale et absolue de la publicité.

- Du format de 1 m² maximum par dispositif numérique situé à l'intérieur d'une vitrine commerciale :

Le format de 1 m² n'est pas adapté à la réalité opérationnelle des dispositifs utilisés par les commerçants.

De plus, l'article L581-14-4 ne peut pas conduire à édicter une règle limitant le nombre de dispositif par établissement. En effet, un RLPi n'est pas compétent pour prévoir une règle de densité, comme le rappelle justement le guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure du ministère de l'Environnement de février 2025.

Ainsi, le futur RLPi pourrait prévoir de limiter la surface cumulée des dispositifs lumineux en vitrine à 2 m², sans limite du nombre de dispositifs. »

Monsieur RAINAUD, représentant de l'association varoise pour la sauvegarde de l'agriculture, de la nature et de l'environnement, demande des précisions sur les services en charge de contrôler l'application effective des règles de publicité, et il demande si ces services ont été consultés pour la rédaction du projet.

Les représentantes de TPM indique que ce contrôle incombe à chaque commune, dans la mesure où les maires n'ont pas souhaité transférer ce pouvoir de police à la métropole.

Les agents communaux ont travaillé sur le projet de RLPi en partenariat avec la métropole.

Monsieur BARTHELEMY, maire de Saint-Cyr-sur-mer, et Monsieur MORVANT, écologue, félicitent le travail réalisé par la métropole et partagent leur enthousiasme sur ce projet qui va dans le bon sens.

COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

FORMATION " PUBLICITÉ "

Séance du 30 juin 2025

COMMUNES	CARQUEIRANNE, LA CRAU, LA GARDE, HYERES, OLLIOULES, LE PRADET, LE REVEST-LES-EAUX, SAINT-MANDRIER-SUR-MER, LA SEYNE-SUR-MER, SIX-FOURS-LES-PLAGES, TOULON, LA VALETTE-DU-VAR
DOSSIER	Règlement local de publicité intercommunal
PÉTITIONNAIRE	Métropole Toulon Provence Méditerranée
RAPPORTEUR	DDTM et DREAL PACA
TEXTES	Code de l'environnement : article L581-14-1 Code de l'urbanisme : articles L153-16 et 17

AVIS DE LA CDNPS

Les membres de la CDNPS sont favorables, à la majorité (1 avis défavorable et 2 abstentions), au projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) présenté par Métropole Toulon Provence Méditerranée.

Le président de séance.


David DOLIQUE

