

COMMUNE DE SAINTE-MAXIME



*Ville de
Sainte-Maxime*

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

RAPPORT DE PRESENTATION

Juin 2020

Document réalisé par :



Urbanisme & **P**aysages
135 rue Rabelais
13 016 MARSEILLE
SIRET : 539 147 975 00012
E-mail : provenceurbaconseil@sfr.fr
Tel : 04.42.61.92.65

Table des matières

PRÉAMBULE	5
1. Les raisons de la révision du RLP.....	6
2. Les objectifs de la révision du RLP	7
3. Méthodologie	8
Partie I Diagnostic	9
Chapitre I Diagnostic juridique	11
1. Le RLP et son champ d'application.....	11
1.1. Définition d'un Règlement Local de Publicité	11
1.2. Champ d'application matériel : les dispositifs visés par le RLP	12
1.3. Champ d'application territorial.....	18
2. Le cadre juridique dans lequel s'inscrit le RLP	19
2.1. Principes généraux de la réglementation nationale des publicités et enseignes.....	21
2.2. Nouvelles répartitions des compétences	22
2.3. Nouvelles règles de densité.....	22
A. Sur le domaine privé.....	23
B. Sur le domaine public.....	24
2.4. Nouveaux formats pour la publicité.....	24
2.5. Obligation d'extinction nocturne	24
2.6. Publicité numérique	26
2.7. Les bâches	27
3. Sainte-Maxime au regard du cadre législatif.....	29
3.1. La délimitation de l'agglomération de Sainte-Maxime	30
3.2. Les protections imposées par le code de l'environnement.....	31
A. La protection des monuments historiques et site classés et inscrits.....	31
B. La protection des sites Natura 2000.....	33
C. Les zones naturelles et les espaces boisés classés du PLU	33
D. Le Schéma Routier Départemental.....	35
3.3. Les protections issues d'autres documents hiérarchiquement supérieurs.....	36
A. Les éléments issus du PLU.....	36
B. Les périmètres institutionnels de protection environnementaux et paysagers	39
C. Les points d'appels paysagers et cônes de vue remarquables.....	40
4. Synthèse des enjeux du territoire	41
5. Le règlement local de publicité de 2004	45
5.1. Le zonage du RLP	46
5.2. Le règlement du RLP	47
6. Les protections issues de la charte de qualité pour les terrasses et devantures maximoises.....	51
Chapitre II : Diagnostic de l'organisation territoriale	54
1. Analyse des axes principaux.....	54
2. Les fonctionnalités urbaines du territoire.....	56
3. Le développement urbain de la commune	57
3.1. Évolution du territoire et limite d'agglomération.....	58
3.2. Un zonage du Règlement Local de Publicité de 2004 dépassé	60
3.3. Les perspectives d'évolution	61
A. Les objectifs de développement du PLU récemment approuvé.....	61

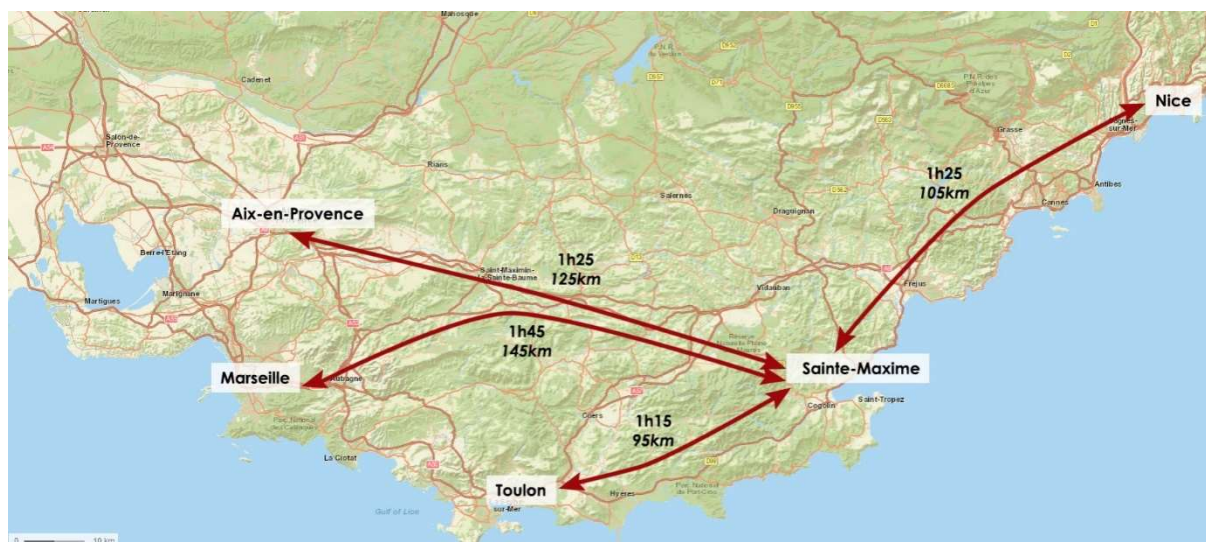
<i>B. Les secteurs d'extension du PADD.....</i>	<i>65</i>
Chapitre III : Diagnostic du tissu publicitaire.....	67
1. Le centre-ville.....	68
1.1. Le centre ancien.....	74
1.2. L'extension Ouest.....	97
SYNTHÈSE CENTRE-VILLE	127
2. Littoral de Sainte-Maxime.....	131
2.1. Littoral et milieu urbain.....	132
2.2. Littoral et milieu périurbain à naturel	163
SYNTHÈSE LITTORAL.....	184
3. Les zones d'activités	188
3.1. ZA du Bouillonnet	189
3.2. ZA du Préconil	201
3.3. Les activités de l'entrée Nord de la ville	212
3.4. ZA de Camp Ferrat.....	223
3.1. ZA de la Garonnnette.....	257
SYNTHÈSE ZONES D'ACTIVITÉ.....	259
4. Les pénétrantes de la zone résidentielle.....	261
4.1. La RD25 pénétrant dans le centre-ville	262
4.2. L'Avenue du Débarquement	272
SYNTHÈSE Pénétrantes de la zone résidentielle	278
SYNTHÈSE DES ENJEUX ET ORIENTATIONS SUR LE TERRITOIRE	282
CONCLUSION	284
Partie II Orientations tirées des enjeux	287
Rappel des objectifs de la révision du RLP fixés par la commune de Sainte Maxime	288
Les orientations du RLP définies par secteur	289
Partie III Explications des choix retenus	301
Proposition d'un nouveau périmètre d'agglomération	302
Carte de zonage du RLP	303
Les périmètres de protection autour des monuments historiques.....	304
Les secteurs en hauteur	304
Les choix réglementaires par zone	307
Synthèse du règlement.....	338
Résumé non technique.....	341

PRÉAMBULE

Sainte-Maxime est située en région Provence-Alpes-Côte-D'azur, dans le département du Var.

Elle fait partie de la Communauté de Communes du Golfe de Saint-Tropez.

Avec ses 14 289 habitants (Insee, 2015¹), Sainte-Maxime bénéficie d'une situation stratégique entre des grandes agglomérations de la région : Nice, Marseille, Aix-en-Provence et Toulon.



Situation de Sainte-Maxime

Cette situation géographique lui offre de très bonnes conditions d'accessibilité, avec la présence d'importantes infrastructures de transport qui traversent son territoire, ce qui en fait un territoire particulièrement attractif et notamment sur le plan du développement économique et urbain.

Le territoire de la commune est situé au Nord du Golfe de Saint-Tropez.

¹Population municipale millésimées 2015 entrant en vigueur le 1er janvier 2018

1. Les raisons de la révision du RLP

La commune de Sainte-Maxime est dotée d'un règlement local de publicité, des enseignes et préenseignes depuis le 10 mai 2004 en application de la loi 79-1150 du 29 décembre 1979. Celui-ci a été conçu à l'époque dans l'objectif de garantir un développement harmonieux de la commune, entre les impératifs de signalisation des activités économiques et le maintien de la qualité des grandes entités paysagères.

Ce règlement de publicité se trouve aujourd'hui dépassé à la fois par l'évolution de l'urbanisation et de l'aménagement du territoire de la commune et par les évolutions législatives. Le RLP nécessite donc d'être révisé afin d'être mis en conformité avec la nouvelle réglementation en vigueur.

En effet, depuis l'approbation du règlement local, la réglementation nationale a évolué de nombreuses fois et il convient de la prendre en compte. En effet, la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite loi Grenelle 2, et son décret d'application n°2012-118 du 30 janvier 2012, ont profondément modifié la réglementation en matière de publicité, des enseignes et des préenseignes : les futurs RLP devront obligatoirement être plus restrictif que la réglementation nationale.

De plus, de nouvelles voies, quartiers et zones d'activités se trouvent aujourd'hui dans des périmètres du règlement local de publicité non adaptés au contexte et aux enjeux urbains, ce qui a des conséquences sur le cadre de vie et l'image de la ville. L'évolution de l'urbanisation du territoire communal devra donc être prise en compte dans l'adoption d'un nouveau RLP afin de tenir compte de la vocation de chaque secteur urbain.

Par ailleurs, le règlement local de publicité (RLP) de la commune est restrictif. Mais malgré cela, la municipalité constate encore sur son territoire la présence d'un trop grand nombre de panneaux, lié en partie à la non-application du RLP en vigueur. Aussi, il convient de réaliser un bilan d'application du règlement local en vigueur afin d'identifier les raisons exactes de la pollution des panneaux.

2. Les objectifs de la révision du RLP

Par délibération en date du 21 décembre 2017, le Conseil Municipal a prescrit la révision du Règlement de Publicité de la commune de Sainte-Maxime avec l'objectif de protéger, voire d'améliorer les perspectives paysagères le long des principaux axes de circulation traversant son territoire, de concilier la publicité extérieure et les enseignes et préenseignes avec la composition urbaine et avec les intérêts patrimoniaux/paysagers de la commune.

Pour prendre en considération les évolutions de la commune, tant sur le plan urbanistique que commercial ou démographique, le Conseil Municipal est amené à envisager l'adaptation au territoire communal des règles nationales relatives à l'affichage publicitaire.

La qualité du cadre de vie de Sainte-Maxime constitue un de ses principaux attraits pour ses habitants. Celle-ci doit donc être préservée tout en laissant à chacun le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées par l'intermédiaire de la publicité, des enseignes et des préenseignes, conformément à l'art. L581-1 du code de l'environnement.

Plus précisément, le RLP répond aux objectifs suivants :

- ✕ Redéfinir les zones conformément à l'évolution du territoire dont les limites d'agglomération ont été modifiées ;
- ✕ Mettre en adéquation le RLP 2G avec la création des nouvelles zones commerciales (expansion de la zone artisanale et commerciale du Camp Ferrat création de la zone du Moulin) ;
- ✕ Fixer une surface maximum pour les enseignes sur bâtiments adaptée aux commerces disposant d'une devanture commerciale supérieure ou égale à 50m². Le RLP 1G les limite à 10m² – toute surface confondue (le RNP à 15 % de la surface de la devanture commerciale ou à 25% pour une devanture inférieure à 50m²) ;
- ✕ Harmoniser les enseignes par secteur (prise en compte des prescriptions fixées par la charte de qualité pour les terrasses et devantures maximises) ;
- ✕ Encadrer les enseignes et pré enseignes temporaires (durées et surfaces) ;
- ✕ Réglementer les enseignes posées ou installées directement au sol (afin d'éviter la prolifération intempestive de dispositif portatif type oriflamme, kakémono, etc.) ;
- ✕ Adapter la réglementation applicable au mobilier urbain aux besoins de la commune ;
- ✕ Définir la publicité pouvant être autorisée aux entrées de la ville ;
- ✕ Harmoniser les enseignes scellées au sol ;
- ✕ Réglementer l'éclairage des enseignes lumineuses (fixer des horaires d'extinction).

3. Méthodologie

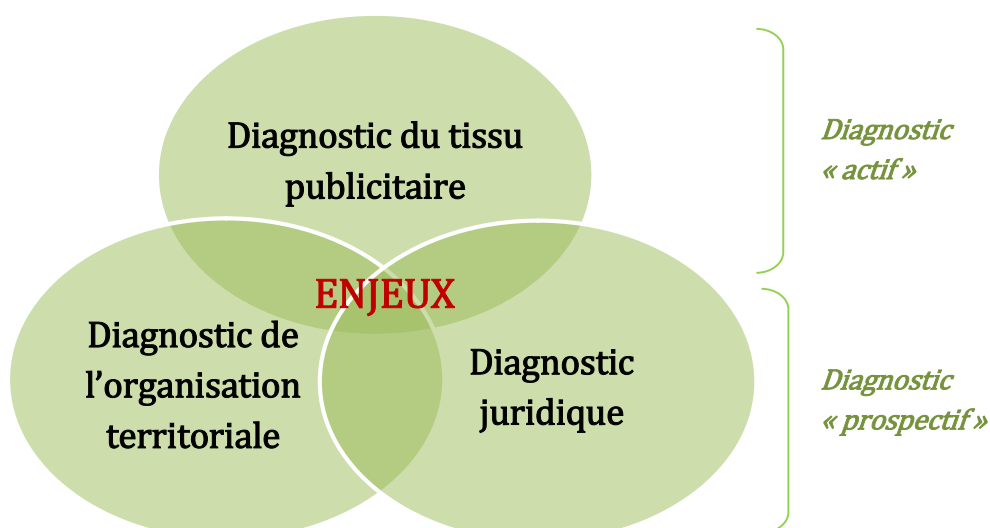
La révision du RLP a pour objet non seulement d'intégrer l'urbanisation nouvelle de la commune dans les périmètres de protection du règlement de publicité, des enseignes et pré enseignes de la commune, mais également de prendre en compte les nouvelles règles nationales du code de l'environnement le tout dans un objectif de réduction du nombre de panneaux actuellement installés sur la commune.

Le RLP se décompose en 2 principales phases :

1. Le diagnostic
2. Le projet de RLP

La phase 1 correspond au diagnostic constitue la base sur laquelle est fondé tout le projet de règlement local de publicité. Ce diagnostic est réalisé par le croisement combiné de trois diagnostics :

- Un diagnostic juridique
- Un diagnostic de l'organisation territoriale
- Un diagnostic du tissu publicitaire.



Dans le **diagnostic « prospectif »**, il s'agit, en amont de diagnostic de terrain, de délimiter les périmètres d'intervention sur le terrain à partir de l'analyse du zonage du règlement local de publicité actuellement en vigueur et de l'analyse de l'évolution du territoire communal.

Pour le **diagnostic dit « actif »**, il s'agit de réaliser un diagnostic de terrain des principales zones réglementées et des secteurs nouveaux identifiés par le diagnostic prospectif et de mener une concertation avec les différents acteurs des services municipaux : urbanisme, service technique, voirie, promotion de la Ville... afin d'alimenter le diagnostic et connaître les objectifs et les attentes de chacun.

La phase 2 correspond aux orientations et objectifs poursuivis par le RLP, à partir desquels un zonage et un règlement sont élaborés.

Partie I

Diagnostic

Chapitre I Diagnostic juridique

1. Le RLP et son champ d'application

1.1. Définition d'un Règlement Local de Publicité

Le Règlement Local de Publicité (RLP) a pour but d'adapter au contexte local, les règles nationales régissant la présence de la publicité extérieure (publicité, enseignes et préenseignes) dans le cadre de vie.

Le RLP est un document réglementaire opposable aux tiers, qui prescrit des règles locales permettant cette adaptation. Il est établi conformément aux objectifs du code de l'environnement que sont la protection du cadre de vie, la prévention des nuisances visuelles et la réduction des consommations d'énergie. Il peut aussi prévoir des dérogations dans le cadre de celles prévues par le code de l'environnement.

Le RLP définit une ou plusieurs zones qui comportent les règles locales obligatoirement plus restrictives que celles édictées par le code de l'environnement. Ce dernier constitue la réglementation nationale (RN).

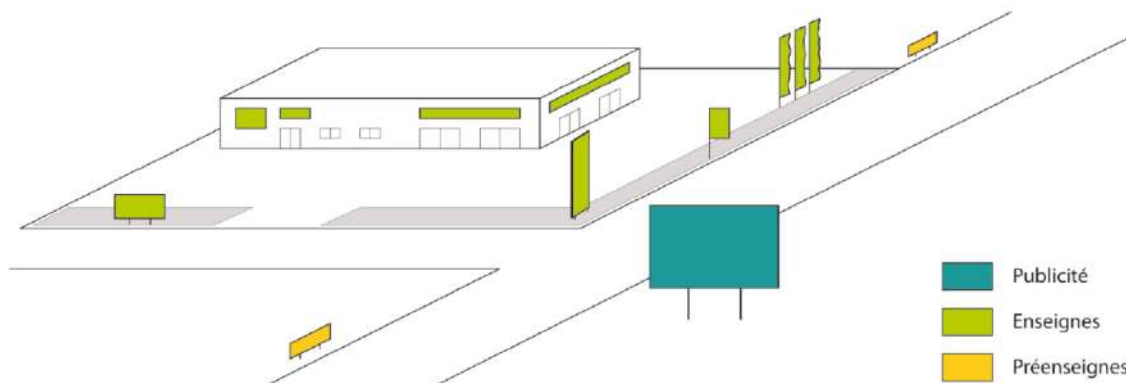
Le RLP approuvé est annexé au PLU. Son élaboration suit, depuis la loi du 12 juillet 2010 et son décret d'application du 30 janvier 2012, les mêmes règles que le Plan Local d'Urbanisme (PLU). Les documents obligatoires le composant sont donc dorénavant plus nombreux :

- ✱ Un **rapport de présentation** qui présente les résultats du diagnostic et fixe les orientations et les objectifs de la commune en matière de publicité extérieure et explique les choix réglementaires retenus. Ces choix doivent se faire en cohérence avec le PLU.
- ✱ Un **document fixant les règles locales**, nécessairement plus restrictives que la portée nationale. Les prescriptions pouvant être générales à l'ensemble du territoire communal ou s'appliquer à certaines zones définies.
- ✱ Des **documents graphiques** annexés au RLP avec une carte des zonages identifiés par le RLP, et une carte des limites d'agglomération définies par les arrêtés municipaux qui doivent être joints.

Le RLP est applicable dès son approbation puis sa publication à tout nouveau dispositif et aux dispositifs existants non conformes à la réglementation antérieure. Les autres dispositifs existants ont deux ou six ans de délai pour se mettre en conformité.

1.2. Champ d'application matériel : les dispositifs visés par le RLP

L'article 3 de la loi du 29 décembre 1979 précise les notions de publicité, d'enseignes et préenseignes. Le concept de publicité étant défini par exclusion des concepts d'enseignes et préenseignes.



La publicité

Définition : *constitue une publicité à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée 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 » (article L581-3 1°).*

Constitue donc une publicité, au sens de la loi, toutes les formes de messages, qu'ils soient commerciaux ou non. C'est ainsi que la loi fait également entrer dans son champ d'application l'affichage d'opinion.

Localisation :

La publicité est interdite hors agglomération et dans les secteurs sensibles.

L'affichage publicitaire est autorisé dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants comme Sainte-Maxime (14 289 habitants au 1^{er} janvier 2015).

Les publicités admises sont des dispositifs d'une surface maximale de 12m² (8m² pour les publicités lumineuses), soit installés sur des bâtiments, murs ou clôture, soit scellés au sol ou installés directement sur le sol, dans le respect des conditions fixées par les articles R581-23 à 29 (publicité non lumineuse) R581-34 à 41 (publicité lumineuse) R581-30 à 33 (dispositifs scellés au sol) et R581-42 à 47 (mobiliers urbains) du code de l'environnement. En particulier, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des règles de densité maximale définie à l'article R581-25 du code de l'environnement.

La publicité est particulièrement interdite dans les cas suivants, ne permettant aucune dérogation :

- ✗ Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- ✗ Sur les monuments naturels et dans les sites classés,
- ✗ Dans les cœurs de parcs nationaux et les réserves naturelles ;

- ✖ Sur les arbres.

Il est également possible pour la commune de protéger par arrêté les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque sur lesquels la publicité est interdite.

En dehors de l'agglomération, la publicité est interdite, conformément à l'article L581-7 du code de l'environnement.

Deux dérogations sont prévues au principe de l'interdiction de la publicité hors agglomération. La publicité est ainsi admise :

- ✖ À proximité immédiate des établissements de centres commerciaux ;
- ✖ Dans l'emprise des aéroports et gares ferroviaires.

Enfin, la publicité en agglomération est interdite dans les cas suivants :

- ✖ Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- ✖ Dans les secteurs sauvegardés ;
- ✖ Dans les parcs naturels régionaux (PNR) ;
- ✖ Aux abords, c'est-à-dire selon une délimitation administrative spécifique ou à moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques ainsi que des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS ;



Les 2 publicités murales sont en covisibilité avec l'église classée. La première (en bas) est dans le même champ de vision : un observateur peut voir en même temps la publicité et l'église. La seconde (en haut) est visible de l'église et réciproquement.

Source : developpement-durable.gouv.fr

- ✖ Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) ;

- ✗ Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
- ✗ Dans les zones Natura 2000.

Cependant, il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP.

La publicité et les préenseignes visibles depuis les **autoroutes et routes express** sont également interdites, conformément à l'article R. 418-7 du code de la route :

En agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Toutefois, l'autorité investie du pouvoir de police peut les autoriser dans les limites et aux conditions qu'elle prescrit.

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

De plus, conformément à l'article R581-31 du code de l'environnement :

« Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. »

Les préenseignes

Définition : constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou d'un terrain où s'exerce une activité déterminée (article L581-3 3°).

Il s'agit d'un message de signalétique correspondant à une information de destination. La localisation n'est pas déterminante de la définition de l'objet.

Les préenseignes sont soumises aux mêmes règles qui régissent la publicité. Autrement dit, elles sont interdites hors agglomérations et autorisées en agglomération sous conditions.

En revanche, hors agglomération, il est possible d'autoriser des **préenseignes dérogatoires**.

Ainsi, il peut être dérogé à la règle générale pour signaler certaines activités listées ci-dessous :

Activité signalée	Nombre maxi par établissement		
	Jusqu'au 12 juillet 2015		Depuis le 13 juillet 2015
	Régime général	En site sensible	
Particulièrement utiles pour les personnes en déplacement : Hôtels, restaurants, garages et stations-service	4 *	0	Interdit
Monuments historiques classés ou inscrits et ouverts à la visite	4 *	0	Autorisé
En retrait de la voie publique	2 **	1	Interdit
Services publics d'urgence	2 **	1	Interdit
Fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales	2 *	0	Autorisé
Activités culturelles	2		Autorisé

(*) Interdit en agglomération dans les périmètres sensibles (parcs naturels, zones Natura 2000, sites classés, sites inscrits, etc.)

(**) Limité à un dispositif en agglomération dans les périmètres sensibles.

Depuis le 13 juillet 2015, les préenseignes hors agglomération sont autorisées uniquement pour signaler la vente de **produits du terroir, les activités culturelles temporaires** (spectacles vivants ou cinématographiques, enseignement, expositions d'art), **opérations ou manifestations exceptionnelles temporaires, travaux publics ou opérations immobilières** et les **monuments historiques** ouverts à la visite.

Les préenseignes signalant des activités utiles pour les personnes en déplacement, liées à un service public ou d'urgence ou s'exerçant en retrait de la voie publique sont désormais interdites.

Depuis le 13 juillet 2015, une préenseigne dérogatoire doit respecter les prescriptions de l'arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires, dont :

- ✗ Sa hauteur ne doit pas dépasser 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol ;
- ✗ Toute indication de localité qui y est mentionnée ne doit pas être complétée par une flèche ou une distance kilométrique ;
- ✗ Elle doit être constituée uniquement d'un panneau plat rectangulaire ;
- ✗ Si elle est visible d'une route nationale, départementale ou communale, elle peut être installée à moins de 20 mètres de cette route, mais en dehors du domaine public et à 5 mètres ou plus du bord de la chaussée.

- ✗ 2 préenseignes dérogatoires au maximum peuvent être juxtaposées au-dessus l'une de l'autre sur un seul mât. Seuls les mâts monopieds sont autorisés, leur largeur ne pouvant excéder 15 cm.

Les enseignes

Définition : *Constitue une enseigne toute inscription apposée sur un immeuble ou un terrain et relative à l'activité qui s'y exerce.*

Localisation : Elles sont soumises à autorisation dans les zones où la publicité est interdite et dans les communes dotées d'un RLP.

Implantation : Elles doivent être installées sur le bâtiment ou le terrain sur lequel se déroule l'activité.

Nombre maximum

Sur mur : Pas de limitation

Scellée au sol : 1 seul dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'activité (sans limitation pour les enseignes de 1m² ou moins).

a. Enseignes scellées au sol

La surface unitaire maximale des **enseignes scellées au sol** est de 6m². Elle est portée à 12m² pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Les enseignes scellées au sol de plus de 1m² ne peuvent dépasser :

- ✗ 6,50m de haut lorsqu'elles ont 1m ou plus de large
- ✗ 8m de haut lorsqu'elles ont moins de 1m de large.

b. Enseignes sur mur ou bâtiment

Sur mur

- ✗ ne doivent pas dépasser les limites du mur
- ✗ pas de saillie de plus de 25cm par rapport au mur

Sur auvent, marquise ou balcon

- ✗ limitées à 1m en hauteur
- ✗ pas de saillie de plus de 25cm par rapport au support

Installée perpendiculairement au mur ou en drapeau

- ✗ saillie inférieure à 1/10 de la largeur de la voie publique
- ✗ saillie de 2m maximum - interdit devant fenêtres ou balcons

Sur toiture (uniquement si l'activité occupe plus de la moitié du bâtiment) :

- ✗ en lettres découpées sans panneau de fond
- ✗ hauteur 3m maximum si hauteur de façade ≤ à 15m
- ✗ 1/5 de la hauteur si hauteur de façade >15m (6m maximum)

Surface maximum cumulée (par établissement) :

- ✗ 15% de la surface de la façade si celle-ci est ≥ 50m²
- ✗ 25% de la surface de la façade si celle-ci est < 50m²

c. Enseignes lumineuses

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1h et 6h lorsque l'activité signalée a cessé, sauf :

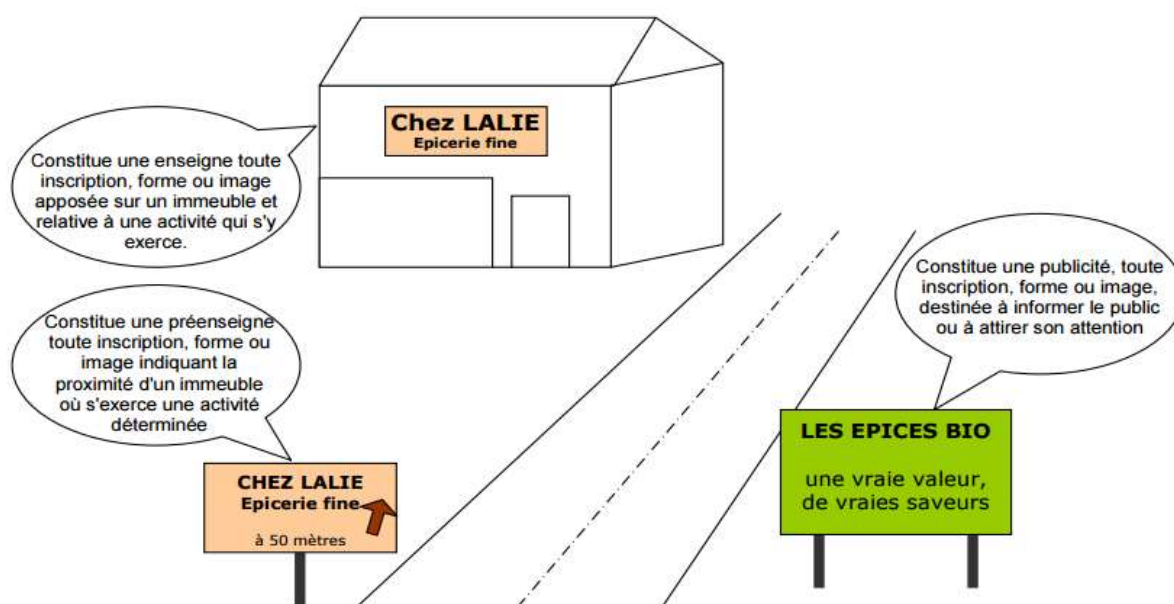
- ✗ si l'activité cesse ou commence entre minuit et 7h, les enseignes peuvent être éteintes 1h après la cessation et allumées 1h avant la reprise
- ✗ lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral
- ✗ Les enseignes clignotantes sont interdites exceptées pour les pharmacies et autres services d'urgence. Les enseignes à faisceau à rayonnement laser sont toujours soumises à autorisation.

d. Enseignes et préenseignes temporaires

Les enseignes et préenseignes temporaires concernent :

- ✗ les manifestations exceptionnelles culturelles ou touristiques ;
- ✗ les opérations exceptionnelles de moins de 3 mois ;
- ✗ les opérations immobilières, de travaux publics, de location ou de vente de plus de 3 mois.

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération (soumises à des conditions de dimension et d'implantation).



Source: circulaires.legifrance.gouv.fr

1.3. Champ d'application territorial

*"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 qui adapte les dispositions prévues à l'article L. 581-9".*

Concernant la publicité, le code de l'environnement stipule que : *"En dehors des **lieux qualifiés d'agglomération** par les règlements relatifs à la circulation routière, **toute publicité est interdite**. Elle est toutefois autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixée par décret" (art L581-7).*

Définition de l'agglomération

L'agglomération au sens du code de la route selon l'article R. 110-2 du code de la route désigne un 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 le borde. Les limites de l'agglomération sont fixées par le maire (Art. R.411-2).

En dehors des parties agglomérées,

- ✖ Toute publicité est interdite (article L 581-7 du code de l'environnement) ;
- ✖ Les préenseignes peuvent, sous certaines conditions (de dimensions, de nombre et distance notamment), être installées au bénéfice de deux catégories d'activités limitativement définies : « les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales » et « les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite » (article L 581-19, R 581-66 et 67 du code de l'environnement).
- ✖ Les enseignes sont soumises au règlement national des enseignes (articles R581-58 à 65 du code de l'environnement).

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants sont autorisés :

- ✖ La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol ;
- ✖ La publicité lumineuse autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- ✖ La publicité numérique, qu'elle soit supportée ou non par du mobilier urbain.

2. Le cadre juridique dans lequel s'inscrit le RLP

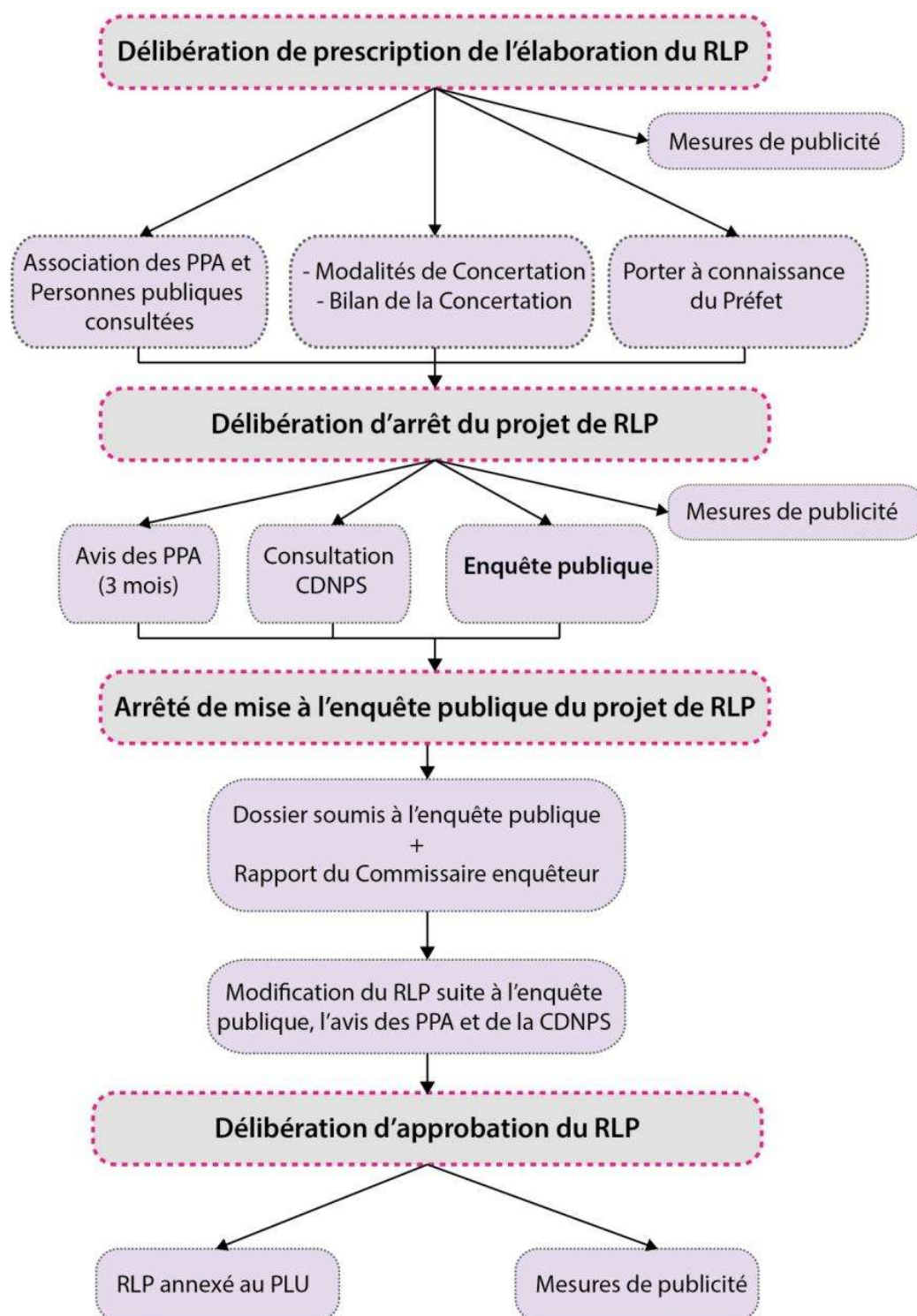
Ce fut la loi de 1979 qui créa la première réglementation d'ensemble de l'affichage publicitaire extérieure et des enseignes. Le code de l'environnement qui a intégré la loi n°79-1150 du 29 décembre 1979, définit les règles applicables aux dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique afin d'assurer la protection du cadre de vie tout en réaffirmant le principe de la liberté d'expression.

Ces règles n'ont pas évolué pendant près de 30 ans, mais face à la progression générale de la pression publicitaire liée à l'évolution de l'urbanisation notamment en entrée de ville, et au développement de nouveaux procédés ou dispositifs publicitaires, une évolution de la législation est devenue nécessaire.

Ainsi, **la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010** portant engagement national pour l'environnement, dite **Grenelle 2** et son décret d'application du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes ont eu pour conséquence **de modifier profondément les règles du code de l'environnement**. L'objectif majeur de cette réforme est **d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles**. Le décret d'application portant réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes, applicable depuis le 1er juillet 2012, apporte l'encadrement et les précisions nécessaires à la mise en œuvre concrète de cette réforme.

Ont évolué principalement **les règles nationales concernant la publicité extérieure ainsi que la répartition des compétences en matière de police administrative de l'affichage**. **De plus, les règlements locaux ne pourront qu'être plus restrictifs que le règlement national et l'élaboration de ces derniers est maintenant calquée sur la procédure applicable au plan local d'urbanisme** (cf. schéma ci-après pour le déroulement de la procédure).

PROCEDURE D'ELABORATION D'UN RLP



2.1.Principes généraux de la réglementation nationale des publicités et enseignes

Le **code de l'environnement autorise la présence de la publicité extérieure et des enseignes en agglomération** garantissant ainsi la liberté d'expression inscrite dans le cadre constitutionnel.

L'agglomération qui admet la publicité extérieure est un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. **En dehors de l'agglomération**, supposée être au paysage naturel, **toute forme de publicité est interdite**.

Le message sur un dispositif n'est pas déterminant en matière de réglementation, c'est l'existence du dispositif qui est réglementée ainsi que sa forme matérielle de présentation : dimension, nombre, forme, typographie, couleur, technique employée, etc.

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de **messages visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public**. Mais les messages posés à l'intérieur d'un local fermé et même visibles d'une telle voie, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement.

Le principe régulateur des normes reste celui de la démographie communale. Avec la réforme, le seuil des 2 000 habitants disparaît. C'est dorénavant **le seuil d'agglomération de 10 000 habitants appartenant ou non à une unité urbaine de 100 000 habitants**, qui est le critère de détermination des dispositifs publicitaires autorisés et de leur surface.

Dès lors que la commune ou l'EPCI est doté d'un RLP, les enseignes sont soumises à autorisation sur l'ensemble du territoire. Les préenseignes sont soumises aux dispositions régissant la publicité. Un règlement local de publicité ne peut pas édicter de règles spécifiques pour ces dispositifs.

L'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels qui supportent de la publicité sont soumis à **déclaration préalable**. Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Toute publicité est interdite :

- ✗ sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire
- ✗ sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- ✗ dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- ✗ sur les arbres, les plantations ;
- ✗ sur poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ;
- ✗ sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- ✗ sur les clôtures non aveugles, les murs de cimetière et de jardin public ;
- ✗ sur les murs des bâtiments sauf si ces murs sont aveugles ou comportent des ouvertures inférieures à 0,50m². La publicité ne peut non plus dépasser les limites du mur du bâtiment qui la supporte ;
- ✗ sur les toitures ou terrasse en tenant lieu pour la publicité non lumineuse.

Les emprises des aéroports font l'objet d'une réglementation particulière.

Le pouvoir de police est exercé par le maire sur l'ensemble du territoire communal à partir du moment où un règlement local de publicité est édicté. L'autorité investie des pouvoirs de police (maire) délivre les autorisations requises.

Les précédentes zones de restrictions (ZPR), zones autorisées (ZPA) ou zones élargies (ZPE) ont été supprimées avec les nouveaux textes. Seules subsistent les zones de publicités, avec différents secteurs et normes de prescriptions.

2.2. Nouvelles répartitions des compétences

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a procédé à une nouvelle répartition des compétences d'instruction et de police de l'affichage publicitaire. Cette répartition dépend désormais de la présence ou non d'un RLP sur les communes ou le territoire des EPCI.

Communes couvertes par un RLP	Communes non couvertes par un RLP
L'instruction appartient au maire	L'instruction appartient au préfet de département
Le pouvoir de police appartient au maire sur tout le territoire communal	Le pouvoir de police appartient au préfet de département
Le maire agit en son nom propre	Le préfet de département agit au nom de l'Etat
Le préfet de département a un pouvoir de substitution en cas de carence du maire en matière de police	
L'instruction des demandes d'autorisation concernant les bâches et dispositifs temporaires de dimension exceptionnelle est réalisée par la commune	

2.3. Nouvelles règles de densité

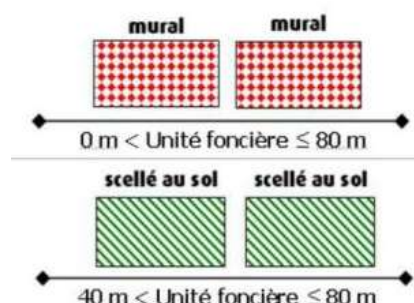
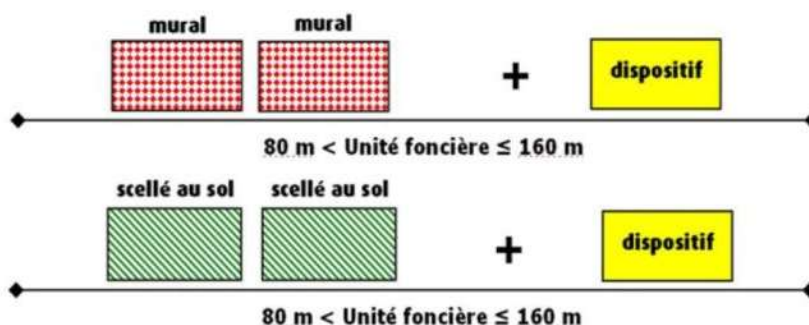
La nouvelle loi Grenelle 2 fixe une règle de densité qui s'applique aux dispositifs publicitaires suivants : **publicité lumineuse et non lumineuse murale, scellée ou installée directement sur le sol**. La règle ne s'applique pas à ces dispositifs s'ils sont installés sur toiture ou palissade.

La référence de la règle de densité est **l'unité foncière**, celle-ci permet de considérer le linéaire bordant la voie ouverte à la circulation publique qui constitue la base de calcul.

Le linéaire de référence est l'unité foncière de **80 mètres linéaires** (ml)

A. Sur le domaine privé

Unité foncière jusqu'à 80 m inclus		> 80 m, 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m sur l'unité foncière		
$0 < L < 40 \text{ m}$	$40 < L < 80 \text{ m}$	$80 < L < 160 \text{ m}$	$160 < L < 240 \text{ m}$	Etc.
2 dispositifs muraux alignés ou 1 dispositif scellé au sol	2 dispositifs muraux alignés Ou 2 dispositifs scellés au sol	2 dispositifs muraux alignés ou 2 dispositifs scellés au sol + 1 dispositif mural ou scellé au sol	2 dispositifs muraux alignés Ou 2 dispositifs scellés au sol + 2 dispositifs muraux ou scellés au sol	2 dispositifs muraux alignés ou 2 dispositifs scellés au sol + 3 dispositifs muraux ou scellés au sol

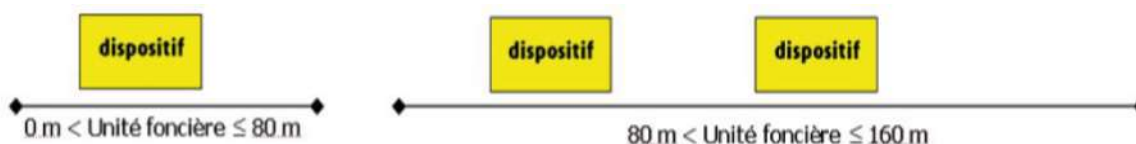
► Unités foncières de 80 m ou moins :Principe général :Alternative :**► Unités foncières de plus de 80 m :**Principe général :Alternative :

B. Sur le domaine public

Le long des unités foncières dont la longueur est inférieure ou égale à 80 mètres, il ne peut être installé qu'un seul dispositif sur le domaine public. Lorsque l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 80 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres. Ces dispositifs seront librement installés sur le domaine public, le long de l'unité foncière.

Il n'y a pas de règles d'interdistance entre les dispositifs installés sur le domaine privé ou le domaine public.

Unité foncière jusqu'à 80 m inclus	> 80 m, 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m		
1 seul dispositif	80 < L < 160 m	160 < L < 240 m	Etc.
	1 seul dispositif + 1 dispositif	1 seul dispositif + 2 dispositifs	1 seul dispositif + 3 dispositifs



2.4. Nouveaux formats pour la publicité

Avec la réforme, le seuil des 2000 habitants disparaît. C'est dorénavant **le seuil d'agglomération de 10 000 habitants appartenant ou non à une unité urbaine de 100 000 habitants**, qui sera le critère de détermination des dispositifs publicitaires autorisés et de leur surface. (cf. tableau ci-après)

La taille des dispositifs publicitaires diminue, celle de la **publicité lumineuse** est réglementée ainsi que celle des **dispositifs numériques**. La surface des dispositifs publicitaires installés sur les emprises des aéroports et des gares ferroviaires est elle aussi réglementée.

2.5. Obligation d'extinction nocturne

La nouvelle réglementation introduit la règle de l'extinction nocturne pour les publicités, préenseignes et enseignes lumineuses.

Pour les enseignes lumineuses

Les enseignes sont soumises à l'obligation d'extinction dans les conditions suivantes :

- ✗ elles sont **éteintes entre 1 heure et 6 heures**, lorsque l'activité signalée a cessé ;
- ✗ lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, elles sont **éteintes au plus tard 1 heure après la cessation de l'activité et peuvent être rallumées au plus tôt 1 heure avant la reprise de cette dernière**.

Il peut être dérogé à ces mesures lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Pour les autres dispositifs

Dans les **unités urbaines de moins de 800 000 habitants**, les dispositifs lumineux suivants doivent être **éteints entre 1 heure et 6 heures** :

- ✗ la publicité
- ✗ les préenseignes
- ✗ le mobilier urbain sauf quand il supporte de la publicité numérique à images fixes ;
- ✗ les bâches et les dispositifs de dimensions exceptionnelles ;
- ✗ les dispositifs de petits formats mentionnés au III de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

Le tableau suivant récapitule les surfaces autorisées pour les publicités et préenseignes lumineuses selon les seuils d'agglomération :

	Publicités et préenseignes lumineuses					
	Dispositifs muraux			Dispositifs scellés au sol		
	Non lumineux ou éclairés par transparence ou projection	Numérique	Lumineux (sur toiture)	Non lumineux ou éclairés par transparence ou projection	Numérique	Lumineux (sur toiture)
Agglo < 10 000 hbts (hors unité urbaine > 100 000 hbts)	4m ²	Interdits	Interdits	Interdits	Interdits	Interdits
Agglo < 10 000 hbts faisant partie d'une unité urbaine > 100 000 hbts	12m ²	8m ² ou 2,1m ² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8m ²	12m ²	8m ² ou 2,1m ² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8m ²
Agglo > 10 000 hbts	12m ²	8m ² ou 2,1m ² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8m ²	12m ²	8m ² ou 2,1m ² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8m ²
Hors agglomération : emprise des aéroports et des gares ferroviaires	12m ²	8m ² ou 2,1m ² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8m ²	12m ²	8m ² ou 2,1m ² (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8m ²
		Ou 50m ² sur l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers dépasse 3 millions de personnes			Ou 50m ² sur l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers dépasse 3 millions de personnes	

Pour rappel, l'agglomération de Sainte-Maxime est soumise aux règles régissant les agglomérations de plus de 10000 habitants.

Lors d'événements exceptionnels, les obligations et modalités d'extinction sont définies par arrêté municipal ou préfectoral.

Ne sont pas soumis à la règle d'extinction :

- ✖ les dispositifs éclairés par projection ou par transparence supportés par le mobilier urbain;
- ✖ les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports ;
- ✖ les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes ;
- ✖ les publicités numériques de surface exceptionnelle, de 50m² maximum, s'élevant jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol, installées sur l'emprise des aéroports au flux annuel de passagers de plus de trois millions de personnes.

2.6. Publicité numérique

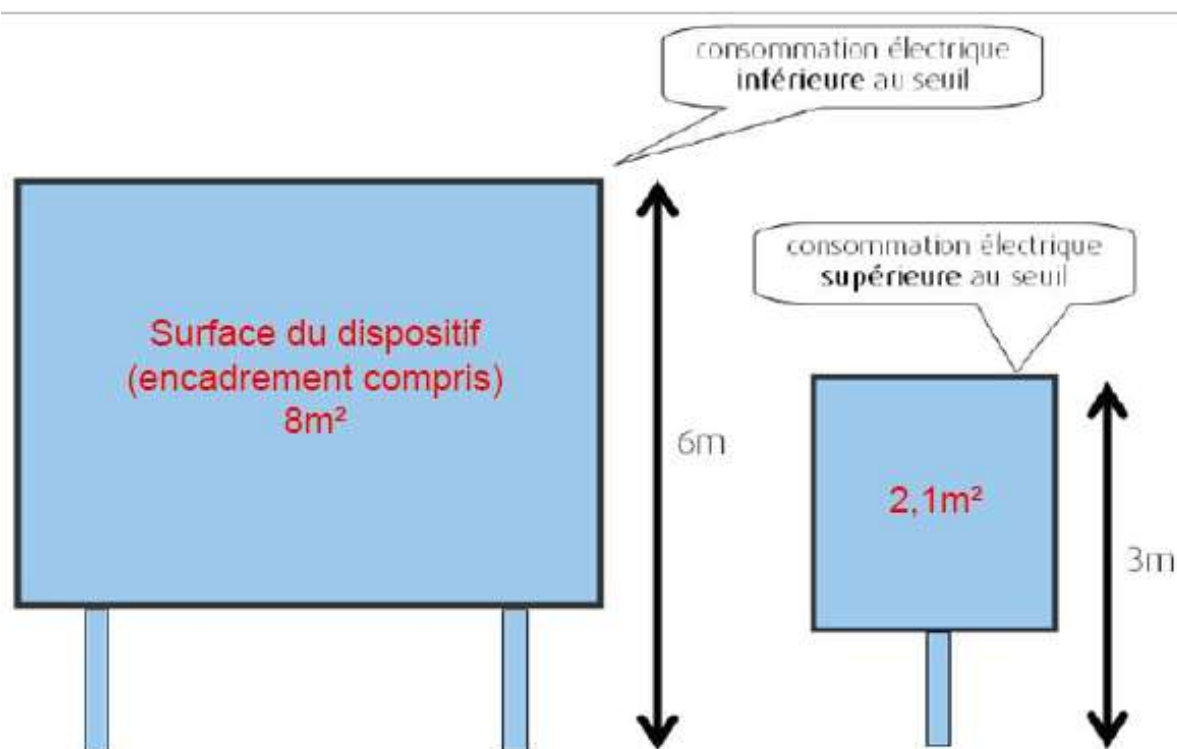
La **publicité numérique** est une sous-catégorie des **publicités lumineuses** qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle est réglementée spécifiquement par l'art. R.581-41 du code de l'environnement. Les dispositifs doivent également respecter l'art. R.418-4 du code de la route qui interdit les éblouissements. Pour cela, les dispositifs numériques sont équipés d'un système de gradation permettant d'**adapter l'éclairage à la luminosité ambiante**.

La publicité numérique peut être de trois sortes :

- ✖ images animées : il existe une animation sur l'image (apparition d'un slogan, ou d'un prix, forme en évolution, tremblement d'un pictogramme, etc.) ;
- ✖ images fixes (défilement d'images fixes) ;
- ✖ vidéos.

La publicité numérique est autorisée dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants telles que celle de Sainte-Maxime.

Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8m² ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Dans certains cas, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel, la surface maximale est réduite à 2,1m² maximum et ne peut s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.



2.7. Les bâches

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement crée **un régime d'autorisation municipale pour les bâches**.

Il existe deux types de bâche :

- ✖ **Les bâches de chantier**, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- ✖ **Les bâches publicitaires**, qui sont des bâches comportant de la publicité autre que les bâches de chantier.

Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Dans les autres agglomérations, les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route, qui fixe à 40 mètres la distance à respecter par rapport aux autoroutes et routes express situées en agglomération.

Les bâches sont autorisées à l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants telles que celle de Sainte-Maxime.

Les bâches de chantier	Les bâches publicitaires
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 0,50 m par rapport à l'échafaudage support. L'affichage publicitaire prend fin avec la fin d'utilisation des échafaudages pour les travaux. La publicité apposée sur une bâche de chantier ne peut excéder 50% de la surface totale de la bâche sauf si les travaux doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label "haute performance énergétique rénovation" dit "BBC rénovation", auquel cas, le maire peut autoriser un affichage publicitaire d'une superficie supérieure à ce plafond.	Les bâches publicitaires peuvent être installées sur murs aveugles ou comportant uniquement des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50m². La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,50 m, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci. Les bâches publicitaires ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La distance entre 2 bâches publicitaires doit être d'au moins 100 mètres.

3. Sainte-Maxime au regard du cadre législatif

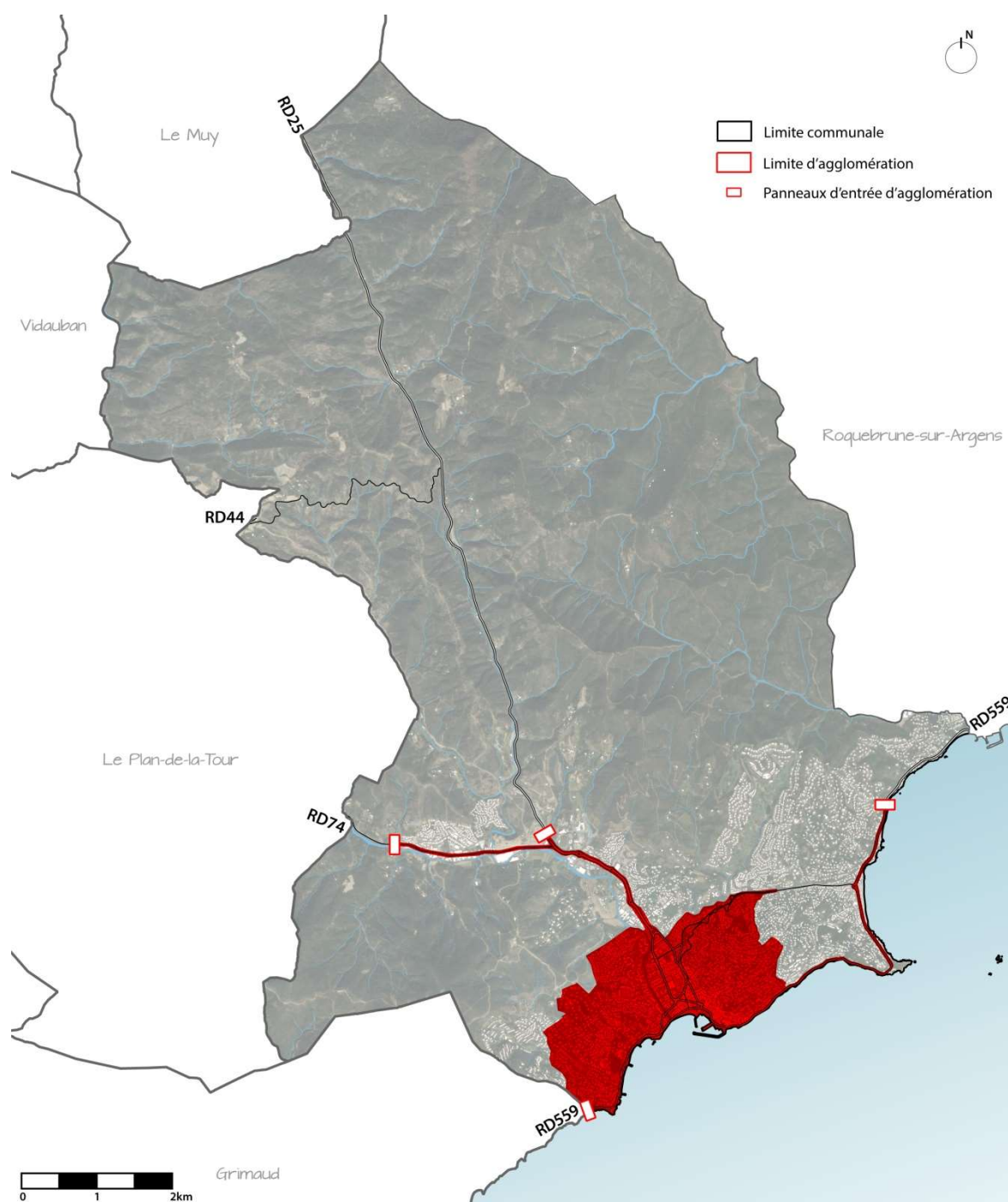
- ▶ Pour rappel, la loi nationale distingue les règles applicables dans et hors agglomération. C'est la raison pour laquelle, il est exigé en annexe du RLP l'arrêté de délimitation de l'agglomération de la commune.
- ▶ D'autre part, le RLP de Sainte-Maxime doit prendre en compte les contraintes juridiques issues du code de l'environnement. On y distingue les éléments à protéger au titre de l'environnement et des paysages et les éléments du patrimoine urbain et architectural.

Le patrimoine environnemental et paysager à prendre en compte :

- ✖ La publicité est interdite en tous lieux (article L.581-4 du code de l'environnement) **sur les arbres ;**
 - ✖ La publicité scellée au sol est interdite **en agglomération** (article R.581-30 du code de l'environnement) **dans les zones naturelles du PLU et les Espaces boisés classés (EBC).**
 - ✖ La publicité est également interdite en agglomération (L.581-8 du code de l'environnement) dans les Parcs naturels régionaux, les sites inscrits, les aires d'adhésion des Parcs nationaux et dans les sites Natura 2000. Toutefois, le territoire de Sainte-Maxime n'en possède pas.
- ▶ Enfin, d'autres éléments, non réglementés par le code de l'environnement, peuvent également être pris en compte dans le RLP. Sur Sainte-Maxime, il s'agit par exemple des espaces naturels protégés tels que les Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique Faunistique et Floristique (ZNIEFF), les Espaces Naturels Sensibles (ENS) ou les éléments du patrimoine identifiés dans le PLU.

3.1. La délimitation de l'agglomération de Sainte-Maxime

Les limites actuelles de l'agglomération de Sainte-Maxime sont définies par arrêté municipal du 04 Mai 2015.



Limites actuelles de l'agglomération de Sainte-Maxime

3.2. Les protections imposées par le code de l'environnement

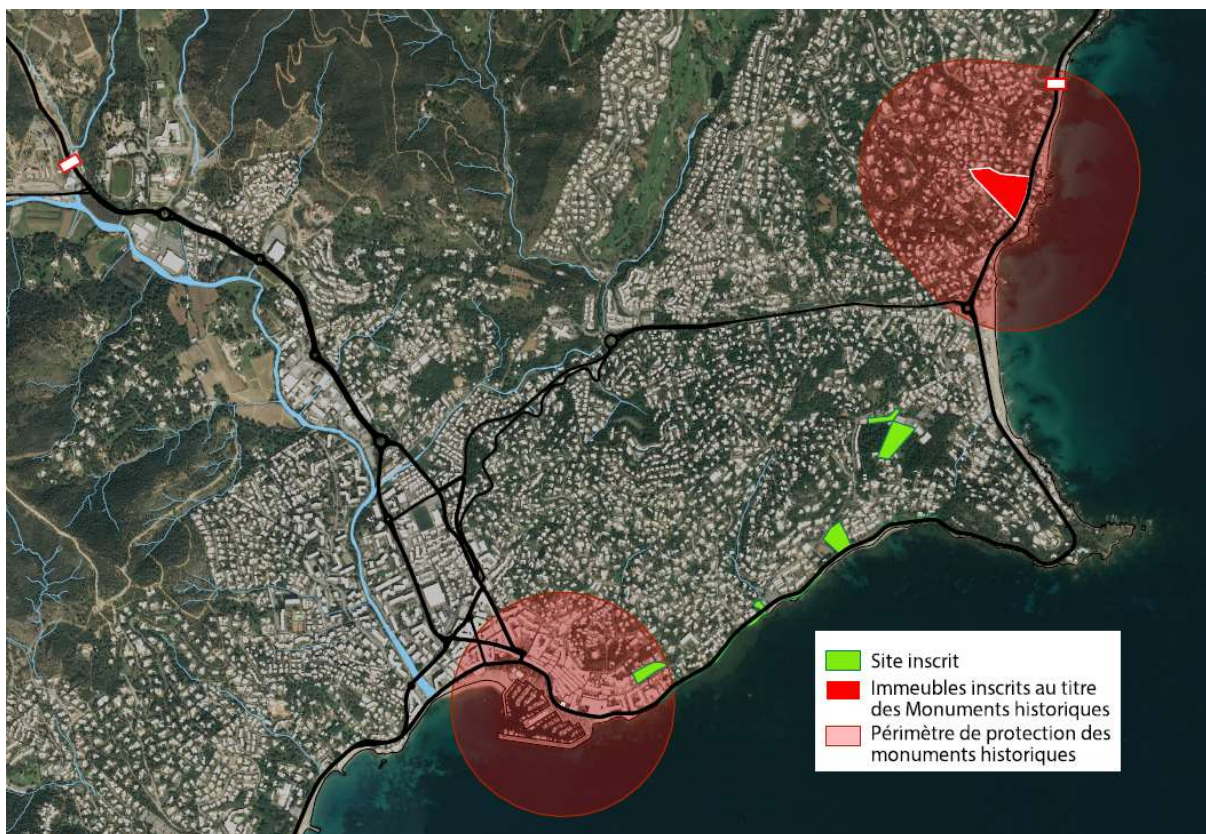
A. La protection des monuments historiques et site classés et inscrits

La commune compte un site inscrit au titre de la loi de 1930 sur les monuments naturels et les sites, il s'agit du site « Terrains du Cap des Sardinaux, compris entre la RN 98 et la mer », inscrit le 13/10/1939. Elle accueille également deux monuments historiques, témoins du patrimoine bâti remarquable de ce secteur, que sont :

1. La villa Bellevue (inscrit le 27/01/2004)
2. La Tour carrée (inscrit le 29/08/1977)



Monuments historiques et site inscrit de Sainte-Maxime



La publicité est interdite sur les sites et immeubles patrimoniaux remarquables tels ;

On ne peut y déroger dans le cadre du RLP :

- ✗ **Les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques** (L.581-4)
- ✗ Les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque, définis par arrêté du maire sur demande ou après avis de la CDNPS (L.581-4).

Il est possible d'y déroger dans le cadre du RLP :

- ✗ **Les abords des monuments historiques situés en agglomération** (si pas de périmètre délimité = covisibilité dans un périmètre de 500 mètres) (L.581-8)
- ✗ A moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque situés en agglomération (L.581-8)
- ✗ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables situés en agglomération (anciennes ZPPAUP – AVAP)
- ✗ Dans les **sites inscrits**.

Seules deux préenseignes indiquant la proximité des monuments historiques peuvent être installées dans la zone de protection des monuments, à la condition qu'il soit ouvert à la visite (article R 581-67, 1° alinéa du code de l'environnement).

L'installation ou la modification des enseignes est soumise à autorisation, après accord de (article R581-16 du code de l'environnement) :

- ✗ l'architecte des bâtiments de France lorsque l'installation est située sur un immeuble protégé au titre des monuments historiques, au titre des abords, dans un périmètre d'un site patrimonial remarquable classé ou dans un secteur sauvegardé,

- ✗ du préfet de région lorsque l'installation est située sur un monument naturel, un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre.

B. La protection des sites Natura 2000

La commune comprend un site Natura 2000, la zone spéciale de conservation (ZSC) « Plaine et massif des Maures ». Cette zone FR9301622 occupe le cœur de la commune.



La **publicité est interdite dans les zones spéciales de conservation** et dans les zones de protection spéciales des sites Natura 2000. Le **règlement local de publicité permet cependant de déroger** à cette interdiction.

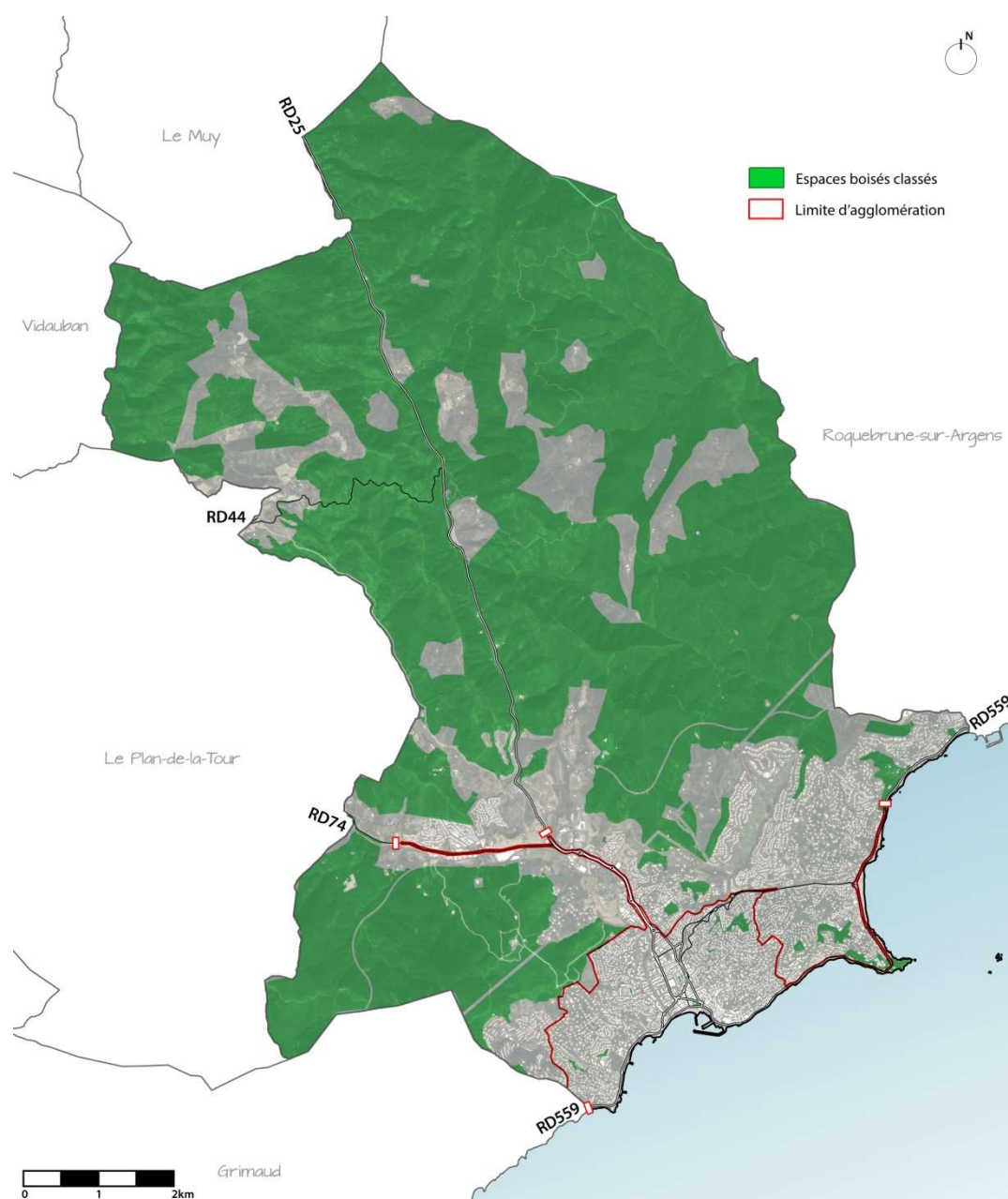
C. Les zones naturelles et les espaces boisés classés du PLU

La publicité est interdite dans les zones naturelles et les espaces boisés classés (EBC) identifiés au PLU en agglomération (article R.581-30 du code de l'environnement).

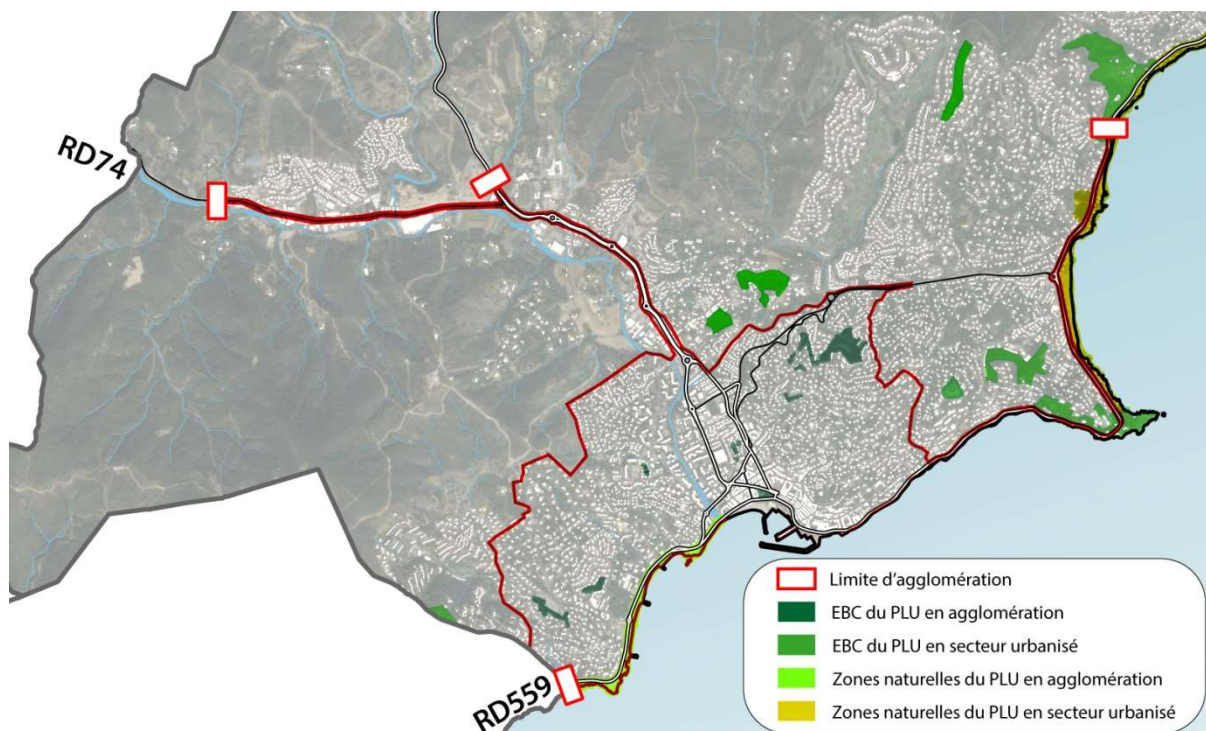
Dans la commune de Sainte-Maxime, environ 5600 hectares du territoire sont identifiés comme des Espaces Boisés Classés. Cela représente 69 % du territoire communal.

L'ensemble de ces espaces boisés classés ne présente pas une valeur environnementale et paysagère homogène. La commune identifie trois types d'Espaces Boisés Classés :

- ✕ Les espaces naturels remarquables (ENR) : cœur de site Natura 2000, montagne de Haute-Suane ;
- ✕ « Les joyaux » : Sémaphore, Sardinaux, Myrtes, Saut du loup, quelques boisements en ville ;
- ✕ Les massifs boisés ou arbustifs



Les zones naturelles et espaces boisés classés en agglomération où la publicité est interdite



Article R.581-30 du Code de l'environnement

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- 1° Dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ;
- 2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique et figurant

Au-delà des zones naturelles et des espaces boisés classés, les zones agricoles sont également des espaces ouverts participant à la qualité des paysages de Sainte-Maxime et, à ce titre, sont également à protéger des dispositifs publicitaires. En effet, ce sont souvent dans les espaces ouverts que les dispositifs publicitaires impactent le plus le cadre de vie et le paysage agricole.

D. Le Schéma Routier Départemental

Le Schéma routier départemental du Var (règlement de voirie d'octobre 2005) définit des prescriptions qui se superposent au RLP. Elles concernent tous dispositifs sur le domaine public départemental ou le surplombant. Toute occupation du domaine public départemental nécessite une autorisation du Conseil Départemental. De manière générale, les secteurs concernés sont situés hors agglomération.

Ce Schéma règlemente notamment la saillie des enseignes, les supports publicitaires et le mobilier urbain dans les articles 3.13, 4.11 et 4.12. Il est annexé au présent rapport.

3.3. Les protections issues d'autres documents hiérarchiquement supérieurs

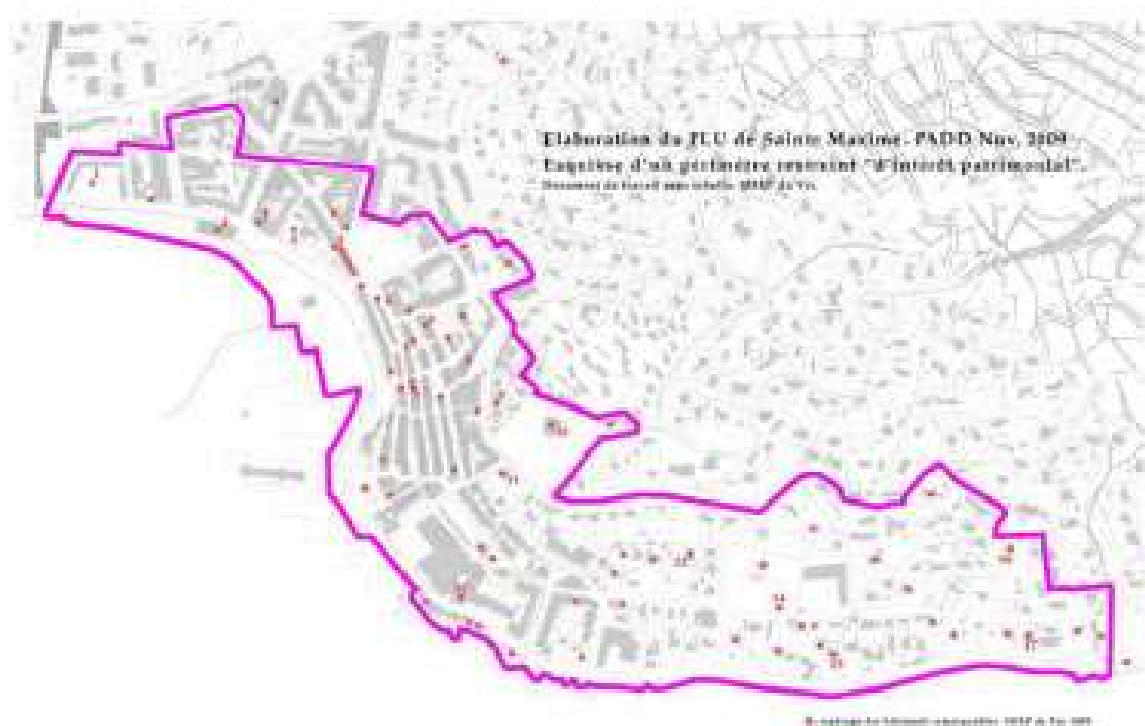
A. Les éléments issus du PLU

Les éléments du patrimoine protégé au titre de l'article L.151-19 du code de l'urbanisme dans le PLU

Dans le cadre de l'élaboration du diagnostic du Plan Local d'Urbanisme de la commune de Sainte Maxime, de nombreuses rencontres et visites de la commune ont été organisées avec l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), avec pour objectif : la réalisation d'un recensement général du patrimoine architectural emblématique et technique de la commune. Les villas et bâtiments d'intérêt patrimonial ont été identifiés par l'ABF : au total, 103 édifices ont été recensés dans le secteur Ouest, le centre-ville et l'avenue Berthie Albrecht, la pointe des Sardinaux et le secteur de la Nartelle. En ce qui concerne le centre-ville, celui-ci présente un très fort patrimoine architectural avec la présence de bâti ancien (la tour carrée, l'église) ainsi que de nombreux édifices caractéristiques des stations balnéaires des années 1930.

Le PLU ne peut protéger l'ensemble de ce patrimoine. Partant de ce constat, et afin néanmoins, de valoriser un certain nombre de ces villas, la commune propose d'en identifier certaines.

Pour ce faire, l'Architecte des Bâtiments de France a esquissé un périmètre restreint d'intérêt patrimonial susceptible de concerner les villas et architectures remarquables, repérables au titre du L.151-19 du code de l'urbanisme.

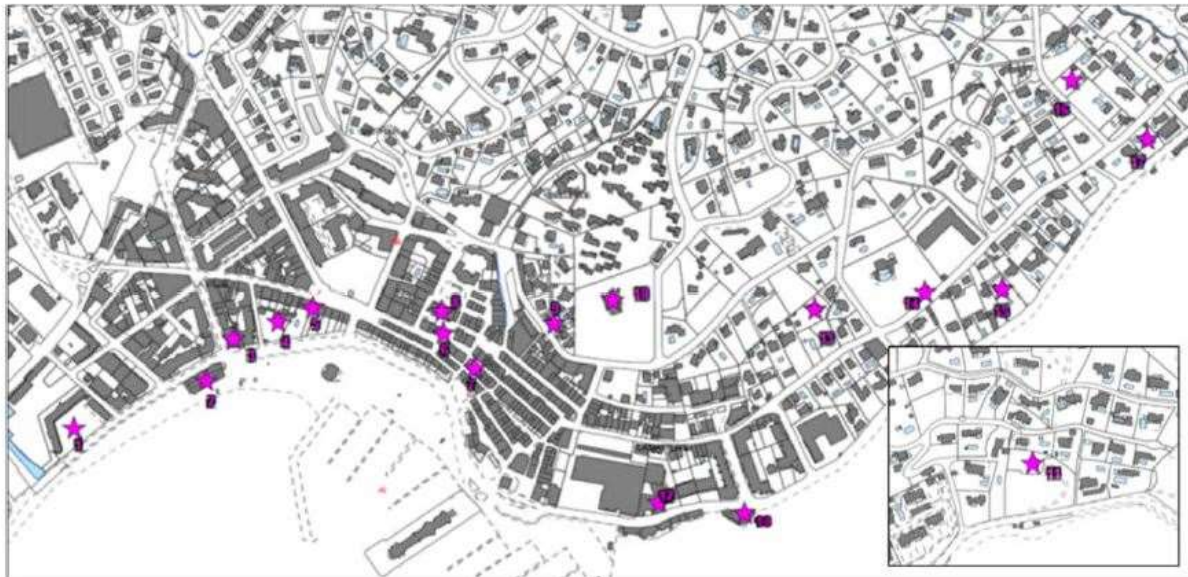


Source : STAP 83

Ce périmètre est délimité à l'Ouest par le Préconil, à l'Est par le parking au bout de l'avenue Berthie Albrecht, au Sud par le littoral et au Nord par le Boulevard Beau site.

Ce secteur intègre dès lors :

- | | |
|---|--|
| ✖ L'immeuble « Splendide Azur » | ✖ La villa Boulevard des Mimosas |
| ✖ Le Casino | ✖ Le château Gaumont |
| ✖ Le Palais des Sirènes | ✖ La villa Charles |
| ✖ La villa Avenue Charles de Gaulle | ✖ L'immeuble l'Arbois |
| ✖ La villa « La Motte » Avenue Charles de Gaulle | ✖ La villa le Sans Soucis |
| ✖ L'immeuble Place des Sarazins | ✖ La maison de Gardien de la Ville les Bougainvillées |
| ✖ La maison de ville Rue Paul Bert | ✖ La villa Avenue Berthie Albrecht |
| ✖ Le petit immeuble Place Colbert et Place Pasteur | ✖ La villa Avenue Jean Santin |
| | ✖ La villa « Pétaudière » |
| | ✖ Le Saint-Hilaire |



Éléments du patrimoine protégés au titre de l'article L.151-19 du Code de l'Urbanisme dans le PLU

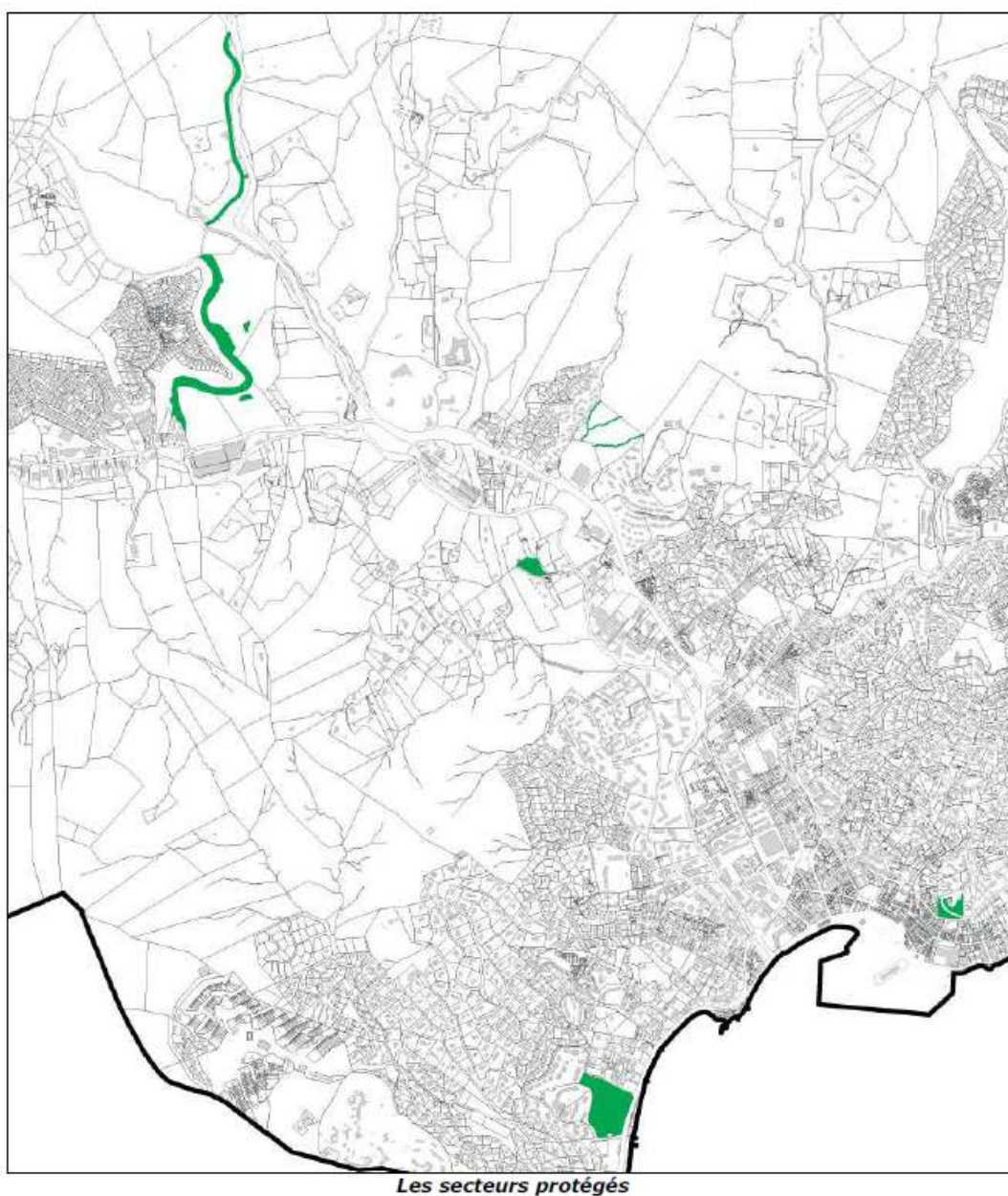
Source : Plan local d'Urbanisme (PLU) de Sainte-Maxime

Le document graphique du PLU localise ainsi **18 éléments du patrimoine bâti protégés** (châteaux, bastides, églises, chapelles, domaines, parcs...) qu'il convient de prendre en compte dans le RLP.

Les éléments du paysage protégé au titre de l'article L.151-23 du code de l'urbanisme dans le PLU

En vue de préserver des espaces boisés ou des cours d'eau de toute construction, la commune a défini dans son PLU les espaces protégés au titre de l'article L.151-23 du code de l'urbanisme suivants :

- ✕ Le Couloubrier et les zones à enjeux forts dans le secteur des Moulins ;
- ✕ Les cours d'eau au niveau du Quilladou ;
- ✕ Un boisement dans le secteur des Virgiles ;
- ✕ Le parc des Myrtes ;
- ✕ Les espaces libres et boisés du château des Tourelles.



Source : Plan local d'Urbanisme (PLU) de Sainte-Maxime

B. Les périmètres institutionnels de protection environnementaux et paysagers

Sainte-Maxime accueille la partie orientale du Massif des Maures. Ce relief est doté d'une qualité (et donc d'une sensibilité) aussi bien paysagère qu'écologique, comme l'atteste la présence de périmètres de protection environnementale au-delà du site Natura 2000 «Plaine et massif des Maures ».



- ✖ La Zone Naturelle d'intérêt Écologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF) de type II des « Maures » (ZNIEFF 2 n°930012516 englobant la majeure partie de la commune, du Nord jusqu'aux portes de la ville)
- ✖ La ZNIEFF marine « Pointe des Sardinaux et sèche à huile » (ZNIEFF de type I n°83000018)

Sainte-Maxime compte également sur son territoire trois Espaces Naturels Sensibles (ENS), propriétés du Conseil Général :

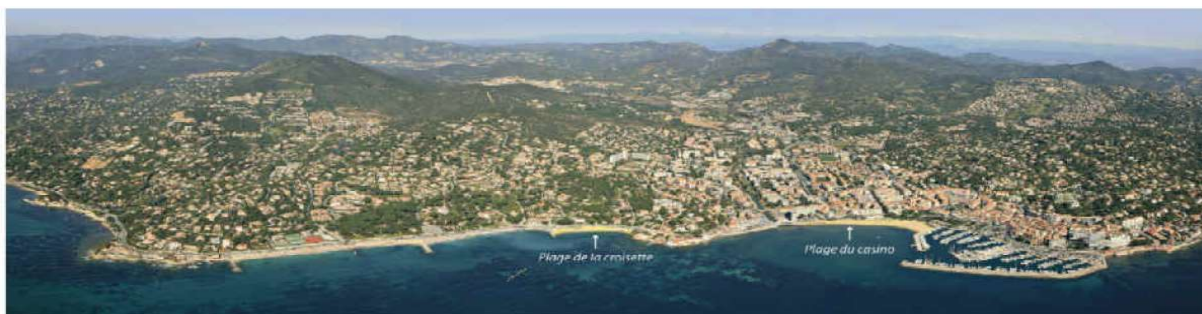
- ✕ ENS 115P04 - La pointe des Sardinaux, d'une surface de 1.8 ha (au Sud-est de la ville, en bordure de la Méditerranée) ;
- ✕ ENS 115P05 - La Garonnette, d'une surface de 0.93 ha (à l'Est de la ville près de la D559) ;
- ✕ ENS 115P10 – Lamoureux, d'une surface de 0.91 ha (au Nord-ouest de la ville, au Sud de la D74) ;

Ces espaces sont établis à l'initiative des Départements. Ils ont pour objectifs de protéger un patrimoine naturel, paysager et géologique, menacé ou vulnérable par l'urbanisation, le développement d'activités, etc. Ils ont également pour missions l'accueil du public et la sensibilisation au patrimoine naturel.

Il n'existe pas d'interdiction de la publicité dans les ZNIEFF et les ENS, comme c'est le cas par exemple pour les sites Natura 2000. Toutefois, ces secteurs sensibles en termes environnemental et paysager peuvent faire l'objet d'une attention particulière dans le RLP.

C. Les points d'appels paysagers et cônes de vue remarquables

Le diagnostic réalisé en vue de l'élaboration du PLU fait ressortir deux types d'organisation de la ville en lien direct avec les modes de perceptions du paysage.



Vue sur Sainte-Maxime depuis la mer (source : mairie de Sainte-Maxime/sdp.conseils)

Il y a tout d'abord, la « ville basse », composée du bourg historique et de ses extensions anciennes puis plus récentes, s'étirant tout le long du littoral, remontant sur les piémonts des Maures et formant « un balcon » sur la Méditerranée. Cette partie occupe tout le premier plan des perceptions depuis la mer, point d'observation privilégié pour avoir une vue d'ensemble de la ville.

Il y a par ailleurs, la « ville haute », inscrite dans la vallée du Préconil, dont la rivière éponyme figure un axe structurant. Cette partie, plus « en cuvette », occupe le deuxième plan des perceptions depuis la mer. Elle bénéficie d'espaces cachés et présente une plus grande discrétion du fait des crêtes boisées qui l'entourent.

Du fait de l'organisation même du territoire maximois (suivant un transect Nord/Sud : une commune forestière, une ville puis une station littorale), aucun cône de vue remarquable n'a été identifié par le PLU.

L'intégration des dispositifs sur les secteurs ouverts sur le paysage doit faire l'objet d'une attention particulière.

Les éléments du patrimoine ne sont actuellement pas directement impactés par les enseignes, préenseignes et publicités. Toutefois, leur champ de visibilité peut l'être selon les cas.

Les éléments du patrimoine remarquables non protégés devront également faire l'objet d'une attention particulière.

Le RLP devra intégrer des préconisations pour la préservation des éléments du patrimoine naturel et urbain.

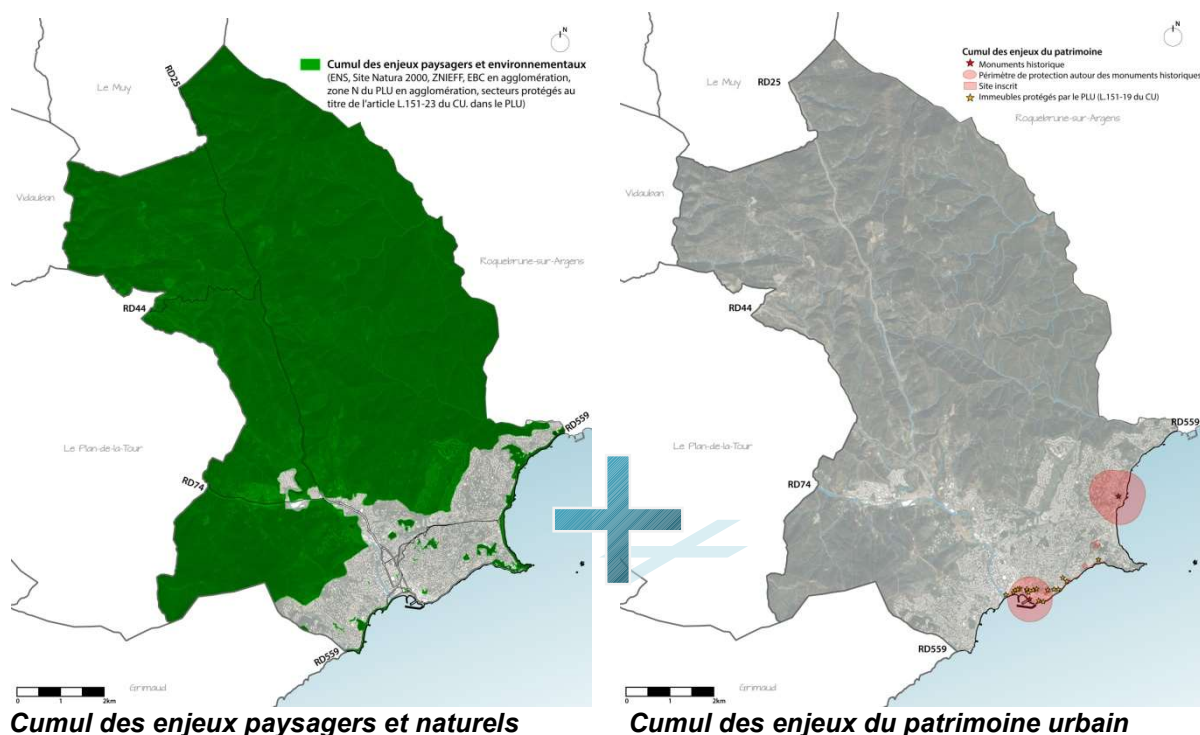
Il s'agira de réglementer les dispositifs afin de limiter l'impact sur les éléments du patrimoine et préserver le cadre de vie maximois. Cette réglementation doit :

- ✕ Encadrer les dispositifs pour ne pas dénaturer la qualité paysagère des principaux axes ;
- ✕ Préserver les vues sur le grand paysage (mer, collines boisées,...)
- ✕ Préserver les éléments patrimoniaux et leur champ de visibilité, en réglementant les dispositifs à proximité.

4. Synthèse des enjeux du territoire

Les enjeux identifiés précédemment sont de deux ordres :

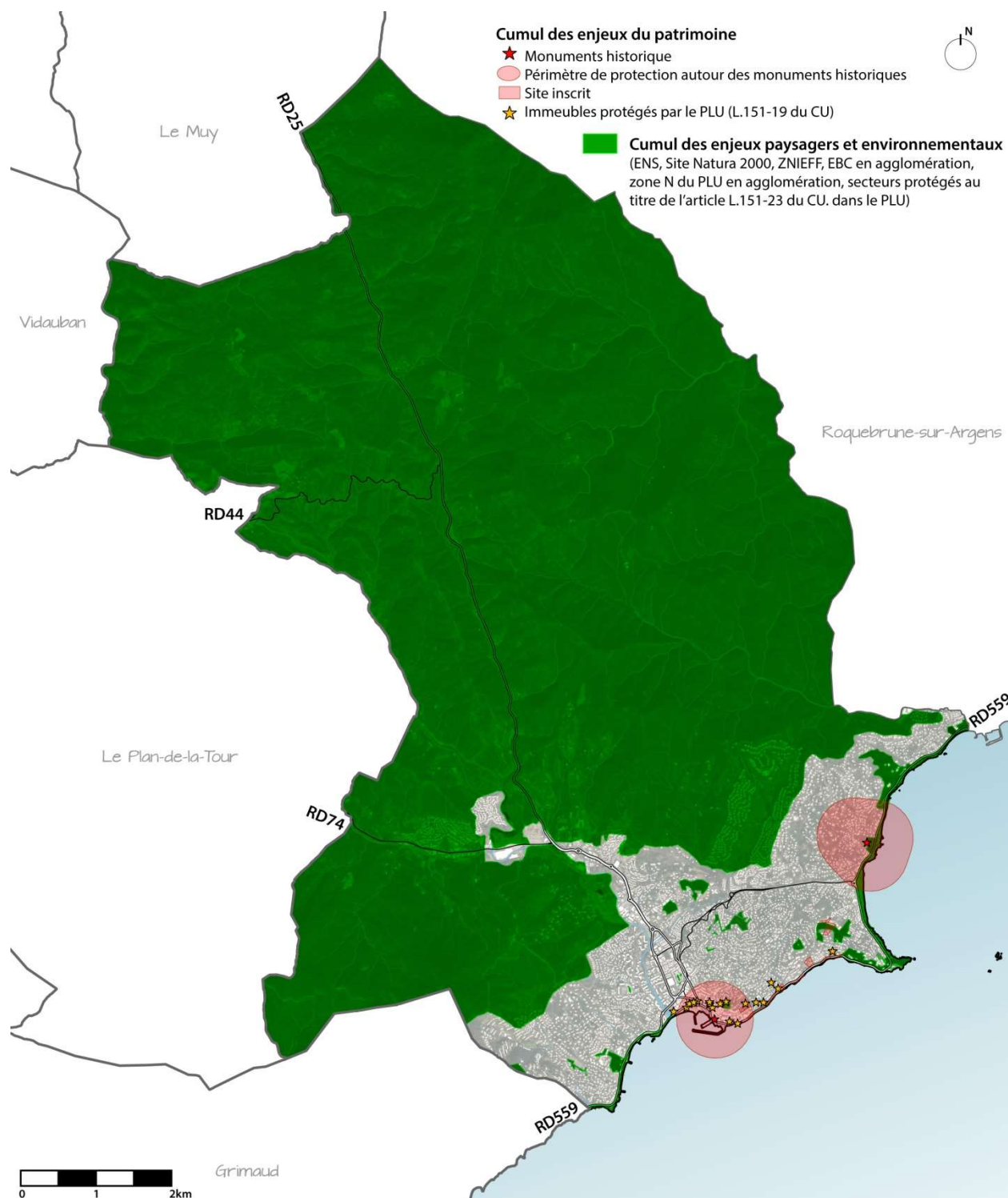
- ✕ **Les enjeux environnementaux et paysagers** (voir carte ci-dessous) : Site Natura 2000, ZNIEFF, Espaces naturels sensibles (ENS), secteurs protégés au titre de l'article L.151-23 du code de l'urbanisme, Espaces Boisés Classés (EBC), zones N (naturelles) et zones A (agricoles) du PLU.
- ✕ **Les enjeux du patrimoine urbain** (voir carte ci-dessous) : monuments historiques, périmètre de protection des monuments historiques, site inscrit et patrimoine bâti du centre ancien protégé au titre de l'article L.151-19 du code de l'urbanisme.



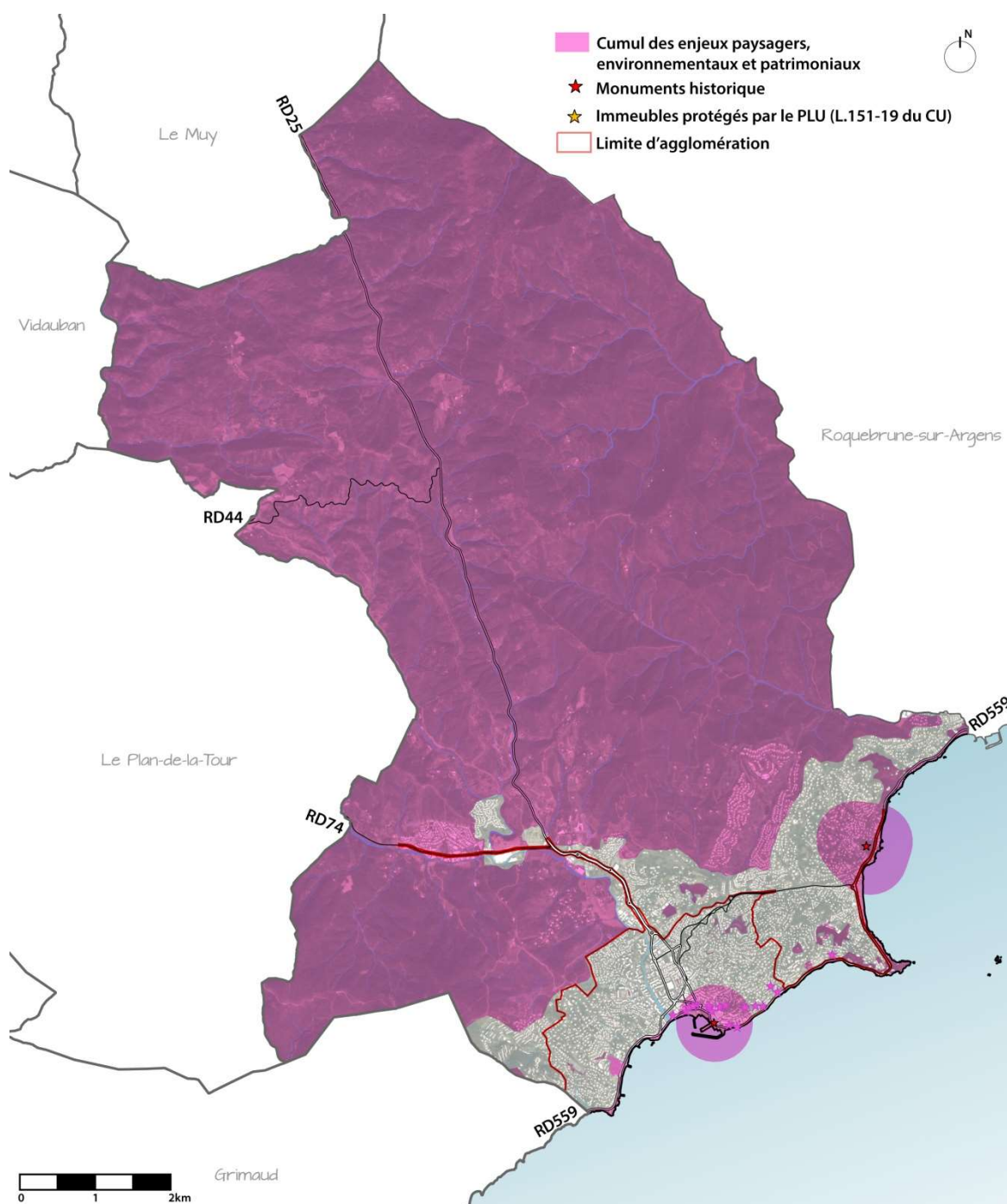
L'enjeu du RLP est de **répondre aux besoins des acteurs économiques** tout en préservant le patrimoine bâti et le paysage, notamment en :

- ✗ Préservant la qualité esthétique du centre ancien et de la zone portuaire, à forte activité touristique
- ✗ Protégeant les abords du littoral de Sainte-Maxime et en maintenant son caractère préservé ;
- ✗ Prenant en compte les besoins de visibilité des commerces des zones d'activité, tout en contenant la pression publicitaire dans ces zones et en préservant les vues sur les paysages naturels qui les entourent.
- ✗ Préservant les traversées des zones résidentielles de la pression publicitaire
- ✗ Mettant en valeur les entrées de ville

Cumul des enjeux urbains, environnementaux et paysagers



Enveloppe des éléments à prendre en compte dans le futur RLP



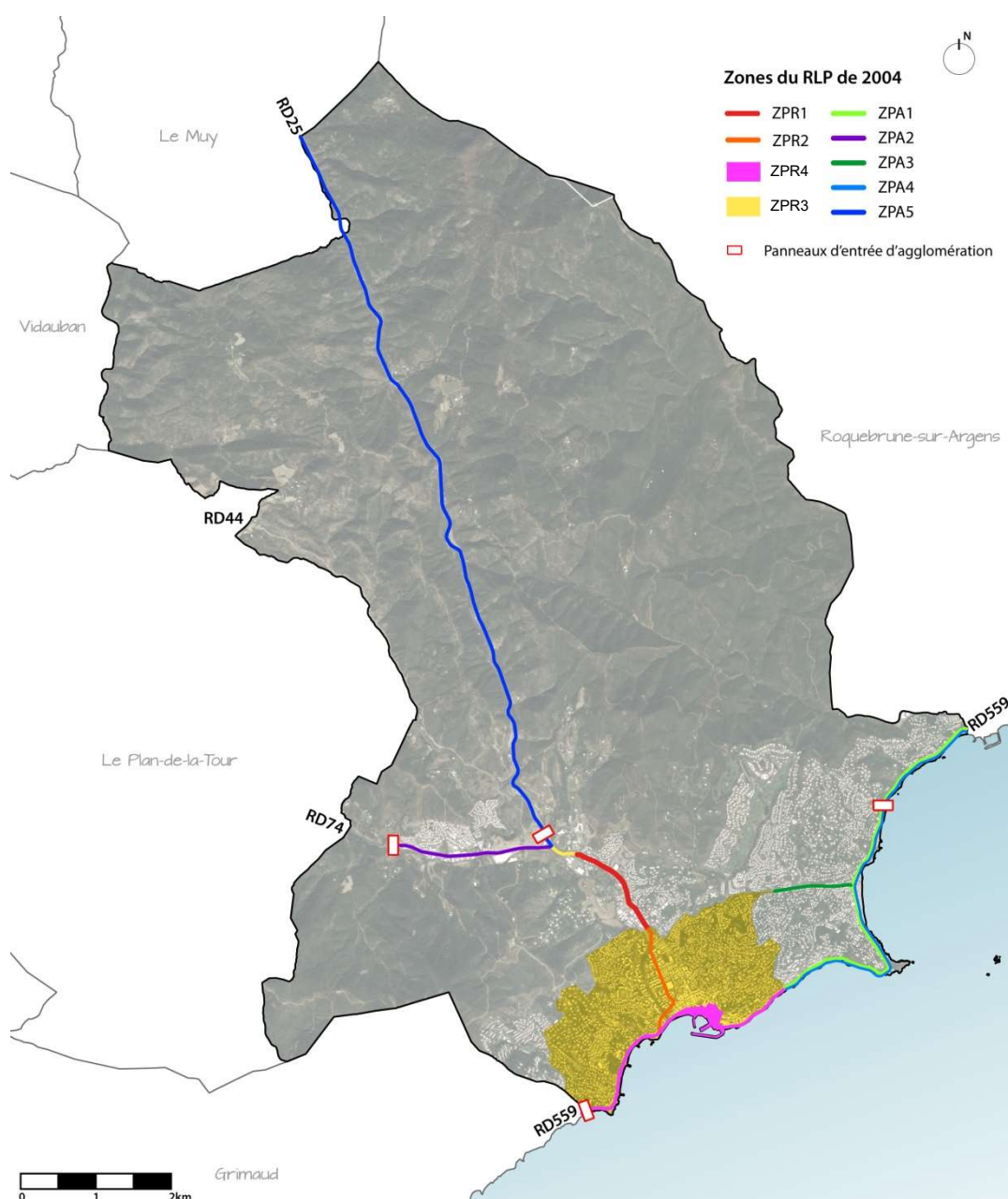
Les enjeux environnementaux et paysagers occupent la majeure partie du territoire Maximois, du Nord de la commune jusqu'aux portes de l'urbanisation, et parfois même un peu plus, ce qui sous-tend des zones d'interfaces délicates et de conflits d'usages auxquelles il faudra prêter attention, en particulier dans la vallée du Préconil (vers le Couloubrier) et dans la vallée du Bouillonnet (vers le Golf). À cela s'ajoutent quelques zones de nature remarquables insérées dans la trame urbaine ainsi que les enjeux liés au bâti patrimonial, qui se concentrent essentiellement sur la bordure littorale.

Les secteurs à enjeux urbains, environnementaux et paysagers identifiés dans le présent diagnostic doivent faire l'objet d'une protection particulière. Il est préconisé, dans ce périmètre d'appliquer a minima les mêmes interdictions légales « hors agglomération » également « en agglomération » : autrement dit, interdire les publicités et préenseignes.

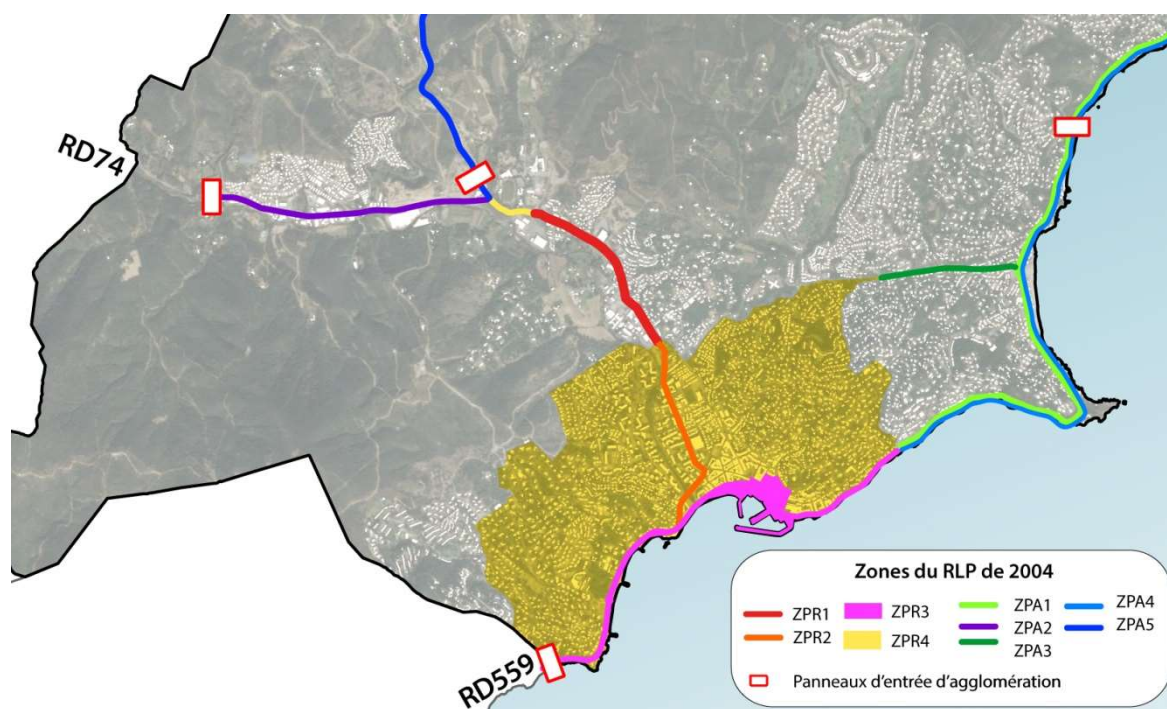
5. Le règlement local de publicité de 2004

La commune de Sainte-Maxime dispose d'un règlement de la publicité des enseignes et préenseignes, créé le 14 mai 2004, en application de la loi 79-1150 du 29 décembre 1979.

Ce règlement définit quatre zones de publicité restreinte (ZPR) et cinq zones de publicité autorisées (ZPA) dans lesquelles s'applique une réglementation spécifique.



Le règlement national de publicité s'applique également dans ces zones, dans son intégralité, dès lors qu'il n'aura pas été repris, complété ou renforcé par le règlement local.



5.1. Le zonage du RLP

Le zonage du RLP comprend 4 zones de publicité restreinte.

La ZPR1 est constituée par :

La Route du Plan de la Tour, de l'avenue Gaston Rebuffat (carrefour des Bosquettes) jusqu'à la séparation entre les parcelles F 2487 et F 3337 et les parcelles F 305 et F 31 22 sur une largeur de 40 mètres de part et d'autre de l'axe de la voie dans les limites du périmètre d'agglomération ;

La ZPR2 est constituée par :

La Route du Plan de la Tour entre les parcelles F 2487 et F 3337 et les parcelles F 31 22 et F 305, le rond-point de Neuenburg, l'assiette de la route du Plan de la Tour bordée par les parcelles 305, 3234, la voie de liaison entre le carrefour de Neuenburg et le carrefour de la Gendarmerie, l'avenue du 8 mai 1945, l'avenue Saint-Exupéry (entre l'avenue du 8 mai 1945 et l'avenue Jean Moulin), et ce, sur une largeur de 20 mètres de part et d'autre de leur axe ;

La ZPR3 :

Cette zone recouvre toute la surface de la partie communale agglomérée non comprise dans la ZPR 1, ZPR 2 et la ZPR 4 ;

La ZPR4 est constituée par :

La Route Nationale 98 de la limite Est à la limite Ouest de l'agglomération sur 20 mètres de part et d'autre de la voie, la Promenade Simon Lorière, rue Courbet, rue Gambetta, rue Paul Bert, rue d'Alsace, place du Marché, rue Hoche, rue Fernand Bessy, rue du Marché, Montée de l'Epagneul, rue Gabriel Péri, rue Jean Aicard, rue des Léon Gaumont, rue des Belges, rue Siméon Fabre, place Pasteur, place Colbert, rue des Maures, place et rue des Sarrasins, place des Aliziers, rue d'Alger, rue du Docteur Pore, montée de la Résistance, place Louis Blanc (entre la rue Frédéric Mistral et la rue Gambetta), môle central du port, parking du Port ainsi que les jetées. Hormis le périmètre de 100 mètres autour de la Tour Carrée.

Hors agglomération, le RLP règlemente cinq **Zones de Publicité Autorisée (ZPA)** :

La ZPA1 :

Cette zone s'étend de la limite d'agglomération Est jusqu'à la limite communale Est, le long de la Route Nationale 98 côté terre sur une largeur de 20 mètres par rapport à l'axe de la voie.

La ZPA2 :

Cette zone est située le long de la route départementale 74 (route du Plan de la Tour) entre le carrefour "Le Muy/Le Plan de la Tour" et le PR 18.500 sur une largeur de 20 mètres par rapport à l'axe de la voie et de part et d'autre de celle-ci

La ZPA3 est constituée par :

La Route du Débordement, la zone qui s'étend de la Route Nationale 98 à l'entrée de l'agglomération sur une largeur de 20 mètres par rapport à l'axe de la voie et de part et d'autre de celle-ci.

La ZPA4 :

Cette zone s'étend de la limite d'agglomération Est jusqu'à la limite communale Est, le long de Route Nationale 98 côté mer, sur largeur de 20 mètres par rapport à l'axe de la voie.

La ZPA5 est constituée par :

La Route du Muy, la zone qui s'étend de la Route du Plan de la Tour à la limite de la Commune avec le Muy, sur une largeur de 20 mètres par rapport à l'axe de la voie et de part et d'autre de celle-ci.

5.2. Le règlement du RLP

Le RLP de Sainte-Maxime contient des dispositions en ce qui concerne :

✕ La publicité :

La publicité est interdite dans le centre-ville, ainsi que le littoral, à l'exception de l'axe de la RD25. Elle est cependant autorisée sur le mobilier urbain.

✕ Les enseignes (lumineuses, scellées au sol, sur bâtiment) :

Les enseignes sont réglementées de la même manière dans toutes les zones, avec une surface cumulée maximale de 10m², et sans restriction de nombre. Cette réglementation n'est pas adaptée aux différentes tailles de commerces. Les enseignes scellées au sol sont autorisées dans toutes les zones, sans variation dans les tailles autorisées et sans restriction de nombre. Les enseignes lumineuses sont soumises à autorisation. L'affichage de marques sur les enseignes est autorisé ou non selon les zones, à hauteur de 30%.

✕ Les enseignes et préenseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont autorisées en toutes zones. Les préenseignes temporaires ne sont autorisées que hors agglomération.

✕ Les préenseignes dérogatoires

Les préenseignes dérogatoires ne sont autorisées que hors agglomération.

✕ Les colonnes à affichage libre

2 colonnes d'affichage libre sont installées Place Jean Mermoz.

✕ Le mobilier urbain publicitaire

Le mobilier urbain est autorisé dans la plupart des zones. Il fait l'objet d'une convention avec la ville et n'est autorisé qu'aux emplacements définis par la municipalité.

- ✕ Les panneaux publicitaires muraux ou portatifs

- ✕ Les véhicules publicitaires

Ceux-ci ne peuvent pas circuler en convoi, rouler à vitesse réduite, ou stationner de façon à être visibles depuis la voie publique.

Le règlement concernant les enseignes est le même pour toutes les zones. Ainsi, toutes les zones ont droit à 10m² de surface cumulée d'enseignes sur bâtiment, ainsi qu'à l'installation d'enseignes scellées au sol de surface maximale 4m².

Cette surface d'enseignes sur bâtiment autorisée est bien trop importante pour les petits commerces qui composent le centre ancien, et ne l'est pas assez pour certains commerces des zones d'activité, de grande taille.

L'autorisation des enseignes scellées au sol en centre ancien est également très peu adaptée, cette zone étant majoritairement composée de rues piétonnes et étroites, qui pourraient être encombrées par ces dispositifs. Cependant, le centre ancien est majoritairement composé d'espace public, ce qui limite la possibilité d'installation de ce type d'enseignes. Bien qu'en centre-ville les rues soient plus larges et circulées, la fréquentation de cette partie de la ville par les piétons est également importante, et les trottoirs y sont souvent privés. Ainsi, l'autorisation de ce type d'enseigne autorise les commerces à implanter des enseignes scellées ou posées au sol sur les trottoirs, ce qui peut générer un encombrement et gêner les circulations piétonnes. De plus, la surface d'enseignes scellées au sol autorisées est bien trop importante pour ces deux zones.

Seules l'autorisation ou l'interdiction de la publicité varient selon les zones, ainsi que la taille d'affichage sur mobilier urbain. Ainsi, les zones ZPR3, ZPR4, ZPA1 et ZPA3 sont préservées des publicités et ont une taille d'affichage sur mobilier urbain réduite, et les zones ZPA4 et ZPA5 interdisent toutes formes de publicités. Dans les zones où la publicité est autorisée, le RLP impose une interdistance entre deux dispositifs à respecter de 200m, ce qui permet de limiter l'impacte de ces dispositifs de grande taille.

Tableau synthétique des règles du RLP :

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires		Dérogatoires
Général	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face) hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 9m ² hmax : 6m	Smax : 12m	Smax : 12m ² hmax : 6m	Smax : 6m ² hmax : 3m	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 4 /manifestation 2 /opération	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 2 /établissement
	Aff. Pub. de marque : 30% max	Smax : 10m ² cumulés Aff. Pub. de marque : 30% max				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		
ZPR1	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 9m ² hmax : 6m	Smax : 12m	Smax : 12m ² hmax : 6m	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. Pub. de marque : 30% max	Smax : 10m ² cumulés Aff. Pub. de marque : 30% max				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		
ZPR2	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 9m ² hmax : 6m	Smax : 12m	Smax : 12m ² hmax : 6m	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. Pub. de marque : 30% max	Smax : 10m ² cumulés Aff. Pub. de marque : 30% max				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 100m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		
ZPR3	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. Pub. de marque : 30% max	Smax : 10m ² cumulés Aff. Pub. de marque : 30% max				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		
ZPR4	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. Pub. de marque : NON	Smax : 10m ² cumulés Aff. Pub. de marque : NON				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 100m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires		Dérogatoires
ZPA1	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face) hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 4 /manifestation 2 /opération	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 2 /établissement
	Aff. Pub. de marque : NON	Smax : 10m ² cumulés				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

Aff.

Aff.

Aff.

Aff.

Aff.

Aff.

Aff.

Aff.

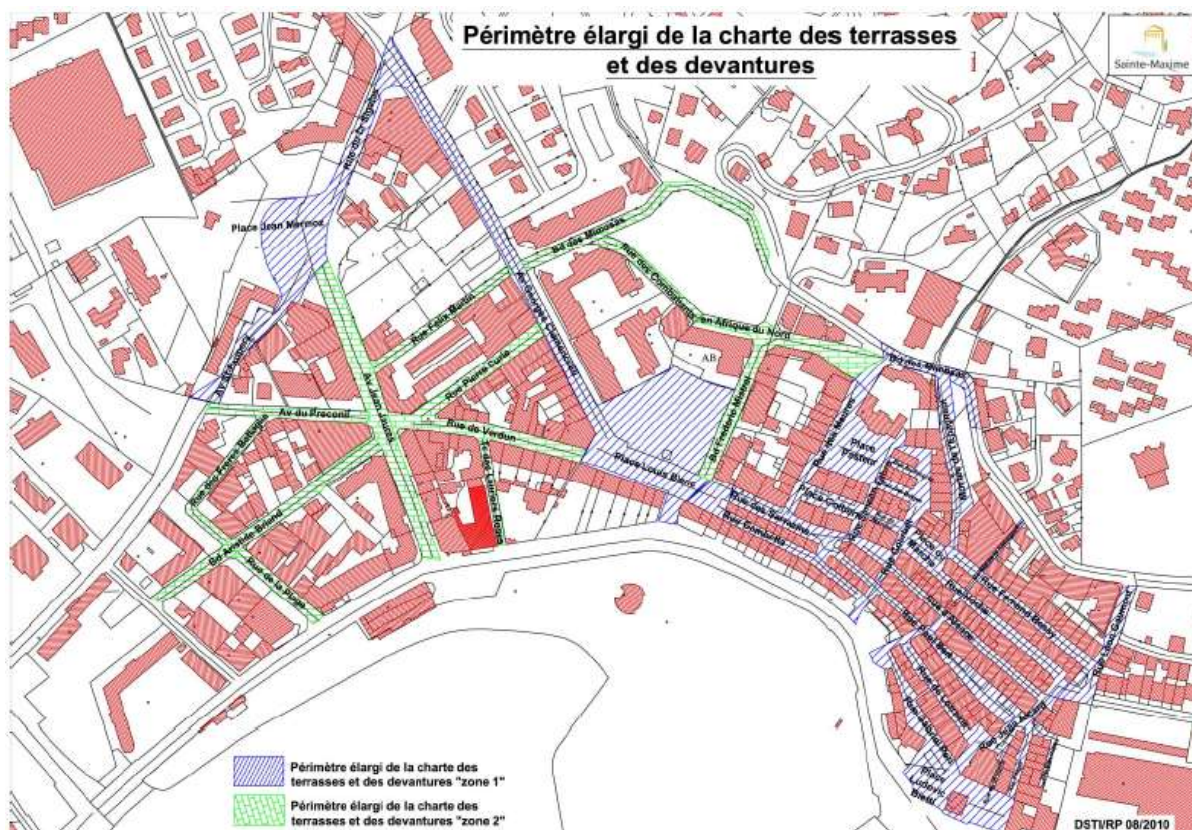
Aff.

Aff.

6. Les protections issues de la charte de qualité pour les terrasses et devantures maximoises

Fruit d'une démarche de concertation entre élus, services techniques et commerçants maximois, une charte de qualité concernant les terrasses et les devantures a été adoptée en septembre 2015.

L'objectif de cet outil de valorisation est de conforter l'attractivité commerciale et touristique de Sainte-Maxime, en améliorant l'authenticité et l'esthétique des terrasses et des devantures qui constituent des composantes essentielles du décor urbain.



Son périmètre prend en compte le centre-ville, au niveau des zones ZPR3 et ZPR4 du RLP.

La charte s'applique à tous les commerces du centre-ville, à partir de leur création, pour les nouveaux commerces, ou dès demande d'occupation du domaine public, réalisation de travaux d'aménagement ou rénovation, ou dès la vente ou le transfert du bail. Elle ne constitue cependant pas un document opposable aux tiers.

La charte propose des règles plus restrictives que la réglementation du RLP en zones ZPR3 et 4 pour les enseignes, n'autorisant qu'une enseigne murale et une enseigne en drapeau par commerce. Elle limite également la surface cumulée des enseignes à 7m², et la hauteur de ces enseignes à 60cm.

Elle restreint également les possibilités d'implantation de ces enseignes, en les interdisant au niveau des balcons et étages, et en imposant une hauteur minimale de 2,50m, ce qui impose des enseignes de type bandeau.

Elle préconise également une certaine qualité des enseignes, en imposant des enseignes carrées ou rectangulaires, planes, et en interdisant les couleurs fluorescentes ou agressives.

Cependant, il est à noter que les enseignes rectangulaires ou carrées ne sont pas adaptées à tout type d'architecture, en particulier aux formes d'arcades.

Les enseignes sur structures modulaires font l'objet d'une préconisation spécifique. Elles doivent être de type bandeau, en toile lacée dans un cadre d'aluminium. La hauteur de ce bandeau est limitée à 40cm.

Ces règles sont récapitulées dans le tableau ci-dessous.

Enfin, la charte régleme les chevalets et les menus, les limitant à 1 par commerce. Cependant, ces dispositifs sont considérés comme des préenseignes dans le RLP, et sont interdits dans les zones ZPR3 et ZPR4.

Afin de poursuivre les efforts engagés par la commune visant à une harmonisation des occupations du domaine public, la révision du RLP permettra de prendre en compte les prescriptions fixées par la charte.

Tableau de synthèse des règles de la charte de qualité des devantures maximoises

Enseignes					
Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Sur structure ou véranda
Soumises à autorisation Interdites sur vérandas et structures Néons interdits Couleurs rouge et verte clignotantes interdites en front de mer	Interdites sur le domaine public	1 enseigne par commerce hmin : 2,50m hmax : 3,10m, sans dépasser du toit Recul de 50cm / arête du trottoir Saillie max : 0,60m Interdite sur véranda et structures Caissons lumineux interdits	1 enseigne par commerce hmin : 2,50m hmax enseigne : 60cm Enseigne plane, rectangulaire ou carrée Ne pas dépasser de la toiture ou du mur	Interdites	1 unique bandeau par commerce Cadre aluminium avec toile lacée fixé dur des poteaux hmax bandeau : 40cm hmax lettres: 30cm hmax : 2,70m Spots autorisés avec saillie max : 15cm Nom du commerce peint, centré, n'apparaissant qu'une fois sur le bandeau Lettres de couleur opposée ton sur ton, noires, ou couleur agréée par la commune
Couleurs agressives ou fluorescentes interdites Enseignes interdites aux étages supérieurs ou aux balcons Néons lumineux interdits sur étages courants et balcons Affichage de marques sur les enseignes interdit					

Chapitre II : Diagnostic de l'organisation territoriale

Un diagnostic de l'organisation du territoire est nécessaire afin de bien identifier les enjeux propres aux différents secteurs de la commune, ceci en fonction notamment de leurs principales vocations, des axes qui les traversent et par conséquent de la pression publicitaire subie par chacun d'entre eux.

Ainsi sont identifiés les axes à enjeux publicitaires, l'urbanisation de la commune et ses évolutions ainsi que les fonctionnalités urbaines qui se distinguent sur le territoire.

1. Analyse des axes principaux



Principaux axes de desserte de Sainte-Maxime

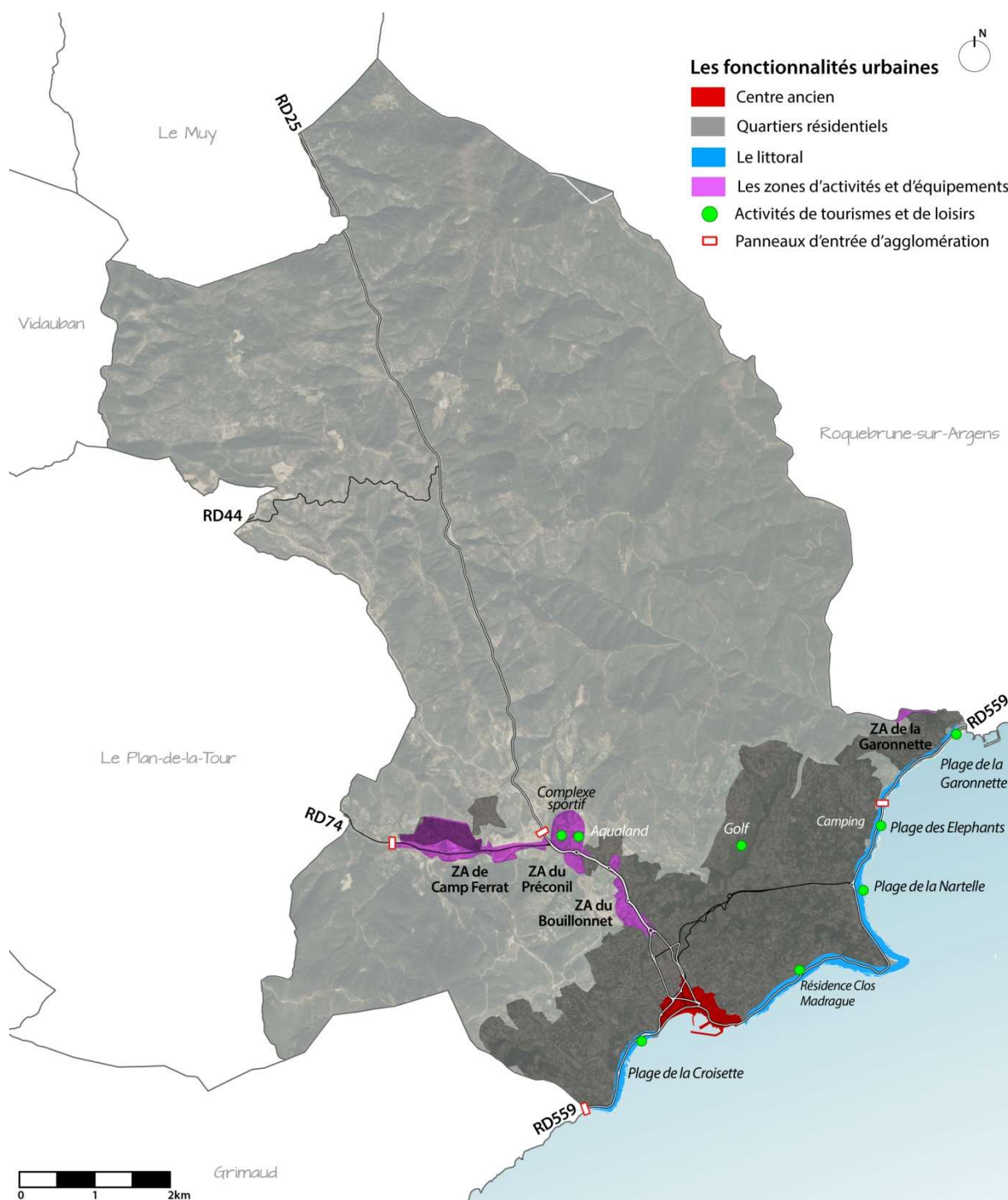
La desserte routière de la commune s'effectue par :

- ✱ **La RD25** qui traverse le territoire du Nord au Sud, assurant la connexion entre l'A8 et le centre bourg de Sainte de Maxime ;
- ✱ **La RD559**, route pittoresque et touristique qui longe tout le bord de mer de la commune et la connecte ainsi aux communes voisines (Grimaud et Roquebrune-sur-Argens). À celle-ci s'ajoute l'axe très passant qu'est la **RD74**, desservant le Couloubrier et reliant Sainte-Maxime à Plan-de-la-Tour.
- ✱ **Des axes de desserte secondaires : Avenue du Débarquement, Route de Jean Corona...** qui parcourent l'étendue urbaine Maximoise, ou encore la RD44 et la RD25b qui traversent d'Est en Ouest le Nord du territoire communal.

Le centre-village est encadré par la RD25 du Nord à l'Ouest, et par la RD559 au Sud.

Le diagnostic du tissu publicitaire qui suit, porte sur ces axes à enjeux.

2. Les fonctionnalités urbaines du territoire



Le territoire de la commune peut être décomposé en 4 grands secteurs :

- Le centre-ville avec le centre ancien et la ville constituée.
- Le littoral, avec le littoral urbain au niveau du centre-ville et littoral périurbain à naturel à l'Est et à l'Ouest du bourg.
- Les zones d'activités : 4 secteurs d'activités existent sur la commune
- Les pénétrantes de la zone résidentielle

Dans chacun de ces secteurs, les fonctions urbaines sont différentes :

✕ **Le centre-ville**

Le centre ancien est le secteur dense de la commune. Ce secteur est à protéger pour son attrait touristique et patrimonial. Le centre ancien abrite de nombreux commerces et services de proximité. Il est concerné principalement par la question des enseignes et préenseignes communales de type microsignalétique. Dans l'ensemble, ce secteur est relativement bien préservé.

✕ **Le littoral**

Le littoral est bordé de commerces touristiques au niveau du centre ancien. Cette partie du littoral est très fréquentée par des piétons. Plus à l'Est et à l'Ouest, il est parsemé d'hôtels et restaurants de plages, situés en retrait par rapport à l'axe de la RD559. Ces parties du littoral, qui bordent les secteurs périurbains et naturels, sont accessibles essentiellement en voiture, ce qui implique une perception différente des commerces par rapport au littoral du centre-ville, et un besoin de visibilité plus grand. Ces parties du littoral sont particulièrement impactées par des enseignes scellées au sol et drapeaux de grande hauteur, qui se découpent sur le panorama qu'offre la route du littoral sur la mer et les collines avoisinantes. Cette vue est à préserver.

✕ **Les zones d'activités**

Les zones d'activités sont des secteurs soit à vocation commerciale soit à vocation artisanale et industrielle. Ces secteurs regroupent des activités de grandes tailles nécessitant des besoins en publicité et enseignes différents des autres secteurs. Chaque secteur a sa fonctionnalité et donc des besoins qui lui sont propres.

Ces zones d'activités sont regroupées le long de deux axes principaux : la RD25, qui traverse la commune du Nord au Sud, depuis le littoral jusqu'à l'autoroute A8 au nord, et la RD74, qui rejoint Plan de la Tour et constitue une des entrées ouest de la ville. Ces axes sont soumis à une forte pression publicitaire.

✕ **Les pénétrantes de la zone résidentielle**

Les pénétrantes de la zone résidentielle sont des axes très circulés, et donc soumis à une forte pression publicitaire. Cependant, ils sont situés dans une zone dont il convient de préserver le cadre de vie, et il est indispensable de maîtriser cette pression, afin de ne pas impacter le paysage urbain de ces zones, qui doit rester qualitatif.

✕ **Quartiers résidentiels**

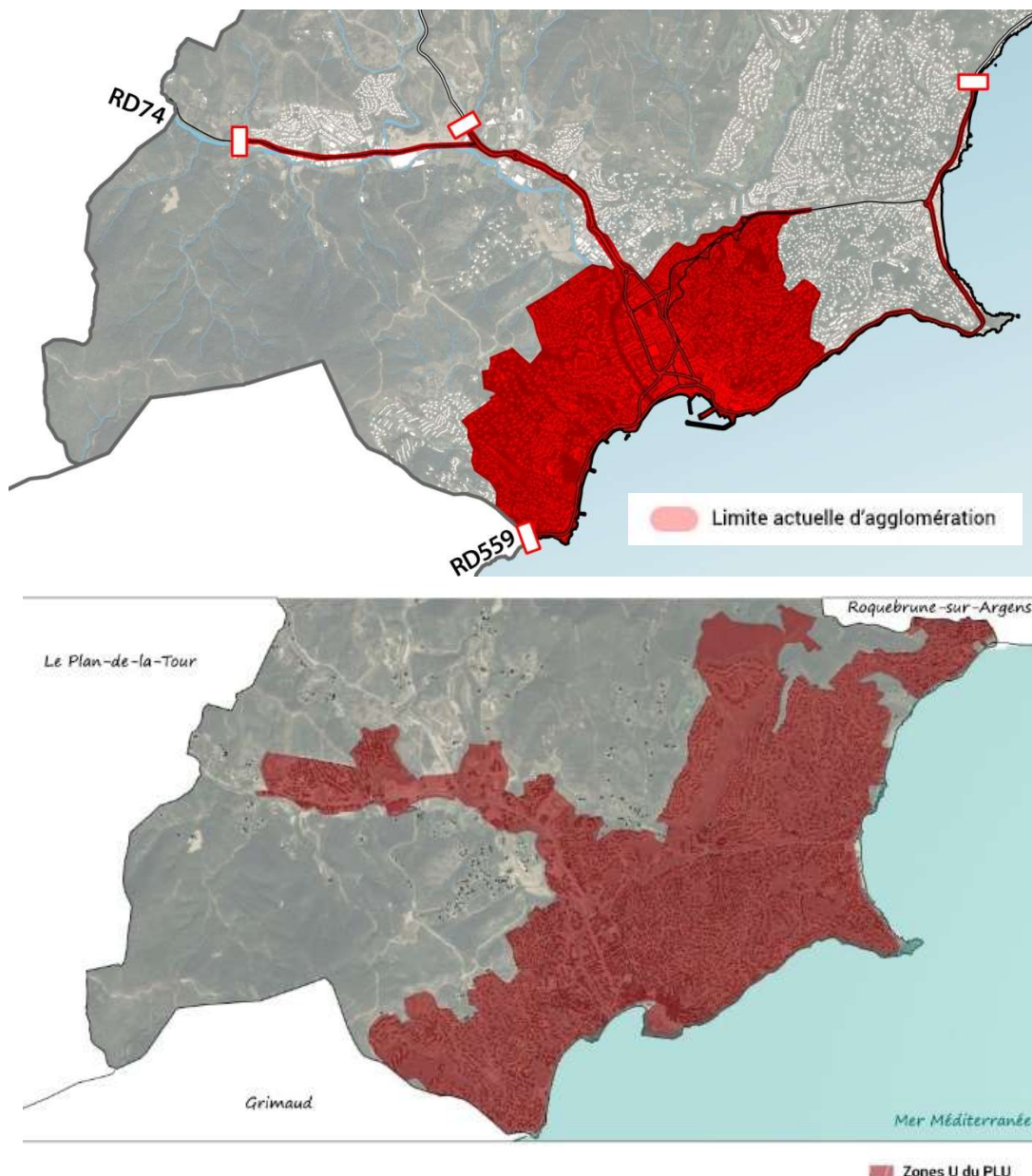
Dans ces secteurs mixtes se mêlent habitation et quelques activités. C'est ce qui constitue l'agglomération de la commune. Ils sont très peu soumis à la pression des afficheurs sauf sur les axes pénétrants tels que l'avenue du Débarquement et la RD25. Parallèle au littoral sud, l'avenue du Débarquement fait le lien entre le littoral Est et la Route du Plan de la Tour, axe secondaire Nord-Sud qui rejoint la RD25 en amont des zones d'activités. Ces secteurs doivent rester qualitatifs afin de préserver le cadre de vie de leurs habitants.

3. Le développement urbain de la commune

3.1.Évolution du territoire et limite d'agglomération

Le dernier arrêté modifiant les limites de l'agglomération maximoises date du 4 mai 2015. Le Plan Local de l'Urbanisme en vigueur a quant à lui été approuvé récemment, le 24 mars 2017. Il correspond donc au projet de développement actuel de la ville de Sainte-Maxime.

Une première comparaison entre le périmètre défini par le premier et les zones U du second met en évidence un premier décalage entre l'urbanisation comprise dans la limite d'agglomération et l'urbanisation définie dans le Plan Local d'Urbanisme.



Comparaison entre limites actuelles d'agglomération et zones U du PLU

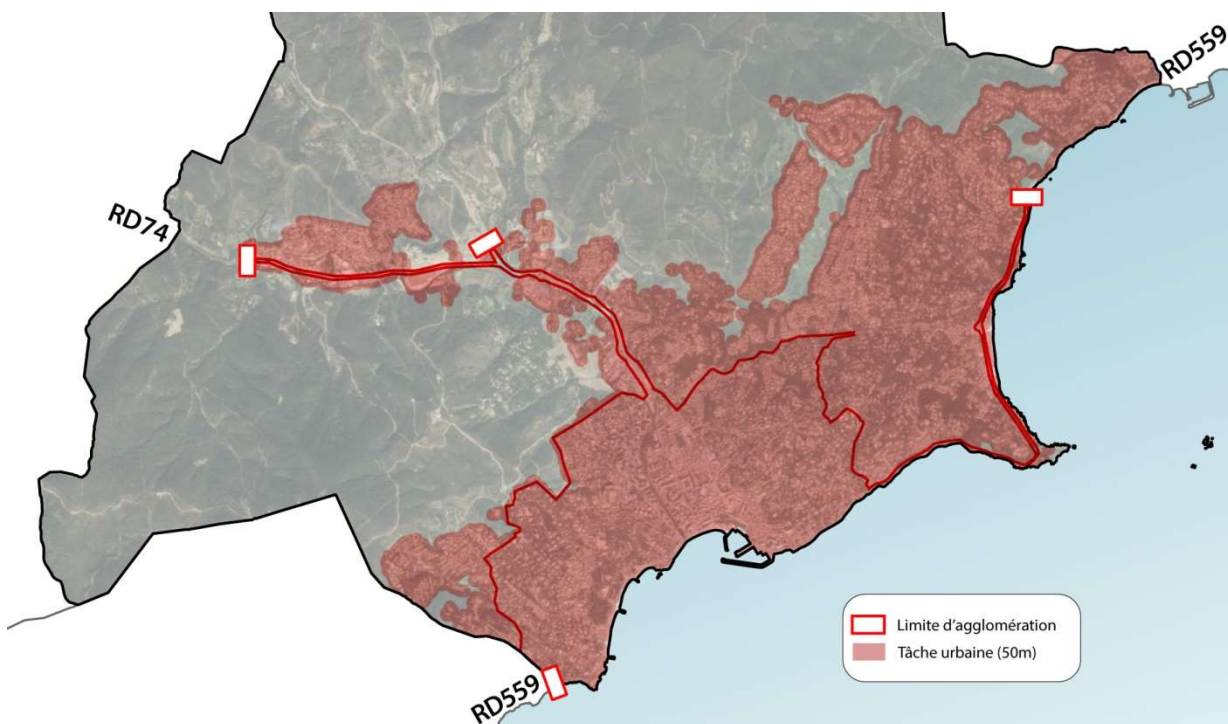
En vue de redéfinir la délimitation de l'agglomération, une analyse de l'urbanisation a été effectuée sur la base d'une continuité d'urbanisation de moins de 50 mètres entre chaque

bâtiment supérieur à 50m². Cette méthode est utilisée notamment par les services de l'État pour définir les zones urbaines dans le cadre de la planification urbaine.

La définition de la tache urbaine actuelle nous permet également de constater que le périmètre d'agglomération tel que délimité par l'arrêté municipal du 04/05/2015 ne correspond pas à la réalité de l'occupation du territoire.

En effet, ces limites de l'agglomération, bien qu'englobant une grande partie de l'urbanisation de la commune, excluent un certain nombre de secteurs urbains et particulièrement les secteurs résidentiels d'habitat diffus ainsi que les zones d'activités telle que la zone d'activités de la route du Plan de la Tour (D74).

La révision du RLP est l'occasion de revoir le périmètre de l'agglomération et l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération au regard de la réalité de l'urbanisation et de son avenir proche.

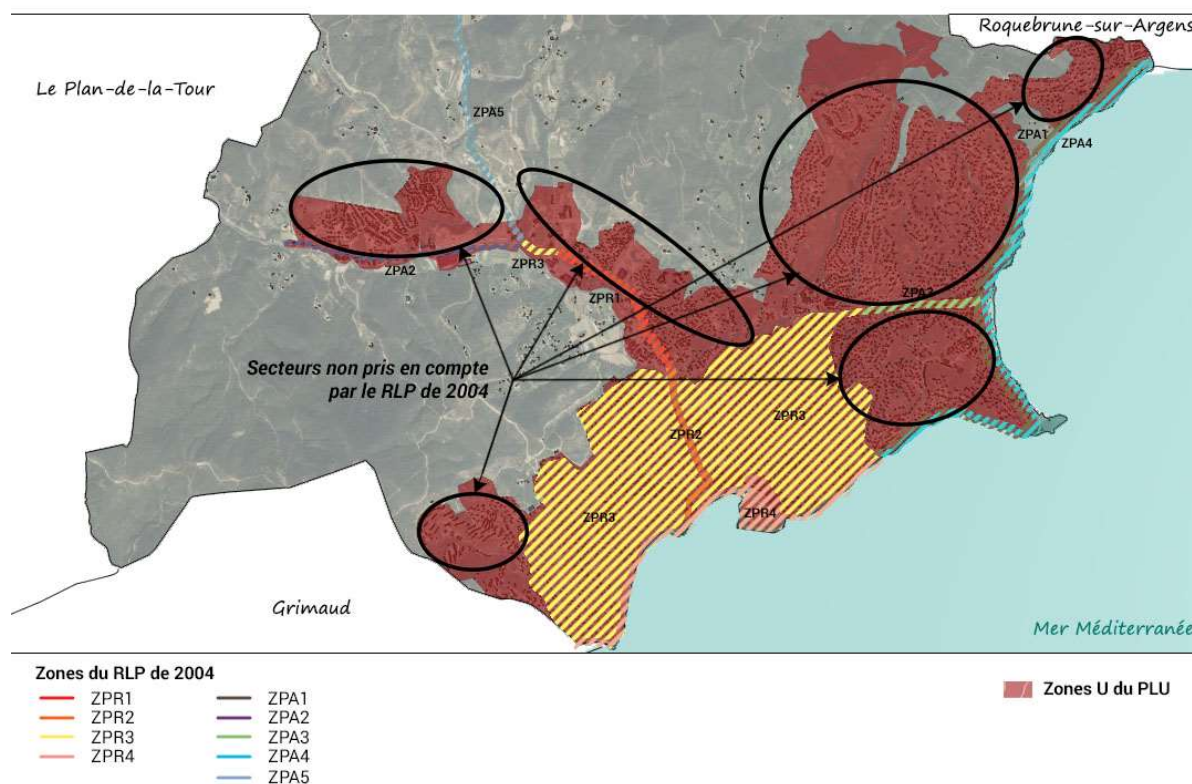


Périmètre d'agglomération existant et la réalité de la tache urbaine

Un nouvel arrêté définissant les limites de l'agglomération semble donc être nécessaire.

3.2. Un zonage du Règlement Local de Publicité de 2004 dépassé

La superposition des périmètres du RLP de 2004 sur le PLU en vigueur (zones U) permet de constater que certains secteurs urbains nouveaux ne sont pas pris en compte par le RLP.



Superposition du RLP en vigueur et des zones U du PLU

Ainsi, cette analyse cartographique permet de constater que le RLP de Sainte-Maxime répond à une situation urbanistique pensée il y a presque 15 ans.

La définition du zonage du RLP n'est plus adaptée à la situation actuelle pour plusieurs raisons :

- Le RLP fait référence à des voies qui ont changé de dénomination (RN98 devenue RD559...).
- Le zonage n'est plus adapté aux zones urbaines et à urbaniser du territoire.
- Le zonage du RLP n'intègre pas des secteurs existants. Par exemple, les secteurs de ZAC du Couloubrier et du Golf, les secteurs urbanisés de la Petite Corse, de la Nartelle et de la Garonnnette...
- Les règles du RLP devront être adaptées aux enjeux des différents secteurs, telles que les ZAC du Couloubrier, du Golf, des Pins pignons (1 et 2) et des Myrthes, les routes paysagères peu impactées...

3.3. Les perspectives d'évolution

A. Les objectifs de développement du PLU récemment approuvé

Document annexé au PLU, le RLP doit être compatible avec celui-ci et notamment avec les orientations du Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD), clé de route du document d'urbanisme.

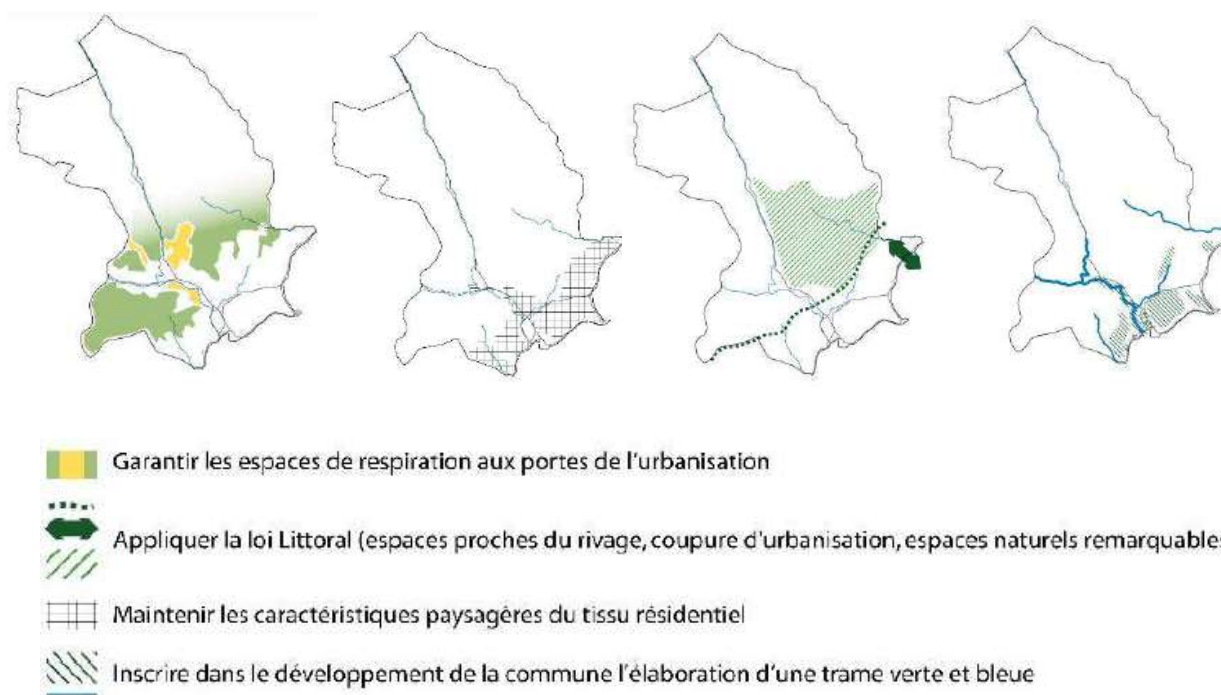
Le Plan Local d'Urbanisme de Sainte-Maxime actuellement en vigueur a été approuvé récemment par délibération du conseil municipal en date du 24 mars 2017 et prend donc en compte l'ensemble des projets de développement de la commune pour les années à venir.

Au regard du diagnostic territorial et des ambitions de la commune, le Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) du PLU définit quatre grandes orientations, déclinées en sous-orientations, dont certaines doivent être prise en compte par le RLP. Il s'agit principalement d'orientations de préservation du paysage ainsi que celles relatives aux déplacements et au développement économique, donc aux secteurs soumis particulièrement à la pression publicitaire.

✕ Orientation n°1 - Planifier l'environnement de Sainte-Maxime

Préserver la qualité des paysages et le patrimoine environnemental et architectural

- **Objectif 3** : Garantir les espaces de respiration (zones agricoles et naturelles) aux portes de l'urbanisation ;
- **Objectif 4** : Appliquer la loi littorale en définissant les espaces proches du rivage, les espaces naturels remarquables, les coupures d'urbanisation ;
- **Objectif 5** : Maintenir les caractéristiques paysagères du tissu résidentiel ;
- **Objectif 6** : Inscrire dans le développement de la commune l'élaboration d'une trame verte et bleue ;



✕ Orientation n°2 – Planifier les déplacements de Sainte-Maxime

Redistribuer les trafics routiers

- **Objectif 1** : Anticiper et mettre en œuvre les contournements routiers
- **Objectif 2** : Aménager les entrées du territoire

Développer une politique de transports alternatifs

- **Objectif 5** : Ouvrir les perspectives de navigation fluviale

Favoriser les liaisons maritimes

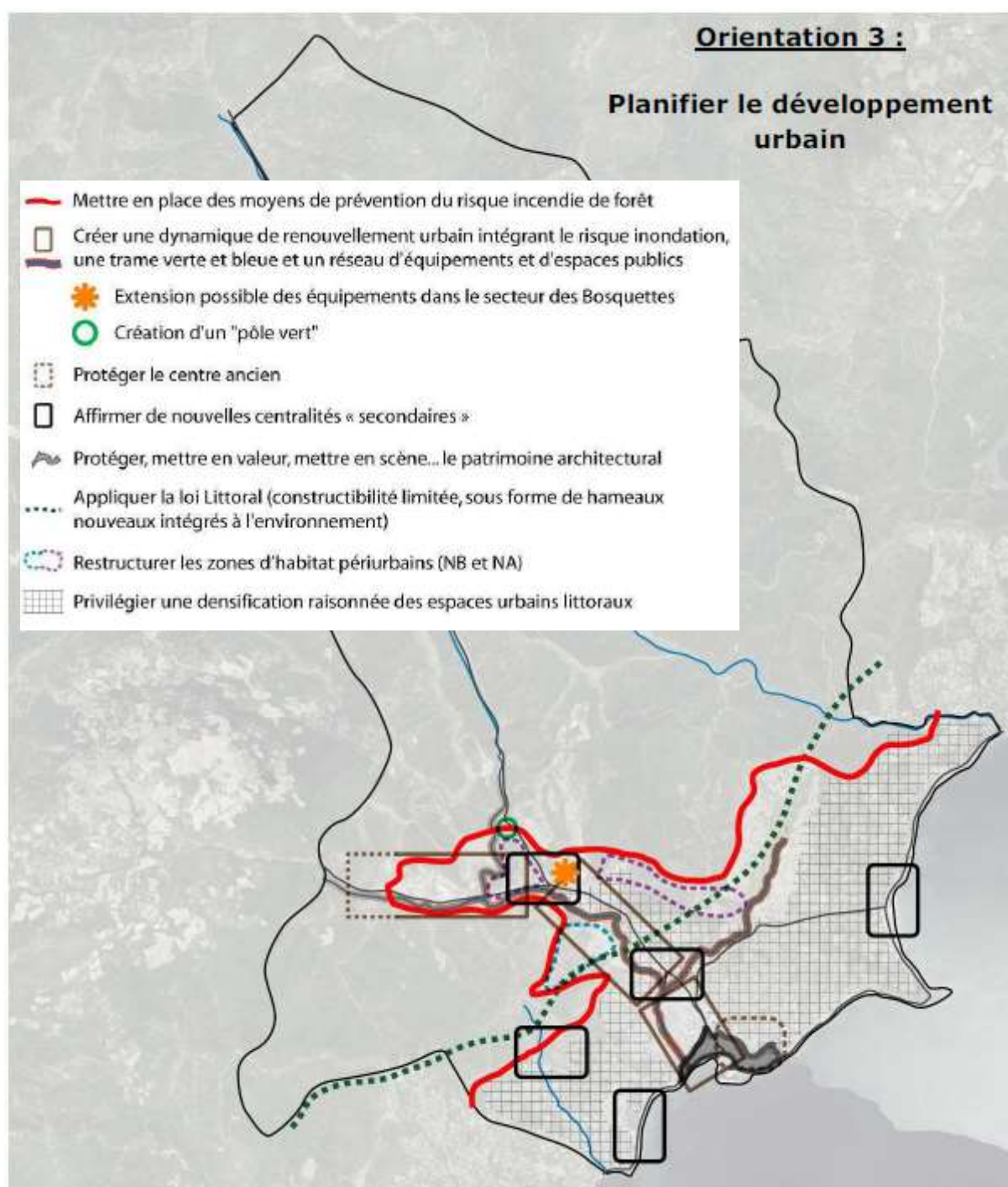
- **Objectif 7** : Conforter Sainte-Maxime dans sa situation de commune « carrefour »
- **Objectif 8** : Ouvrir l'espace portuaire sur la ville
- **Objectif 9** : Conforter la gare maritime
- **Objectif 10** : Augmenter la capacité du port



✕ Orientation n°3 – Planifier les développements urbains de Sainte-Maxime

Dessiner la ville pour conserver le village

- **Objectif 4** : Protéger le centre ancien ;
- **Objectif 5** : Affirmer de nouvelles centralités « secondaires » ;
- **Objectif 6** : Protéger, mettre en valeur, mettre en scène ... le patrimoine architectural
- **Objectif 7** : Engager une politique d'aménagement urbain



✕ Orientation n°4 – Planifier le développement économique de Sainte-Maxime

Conforter le statut forestier et agricole, naturel et ludique de la commune

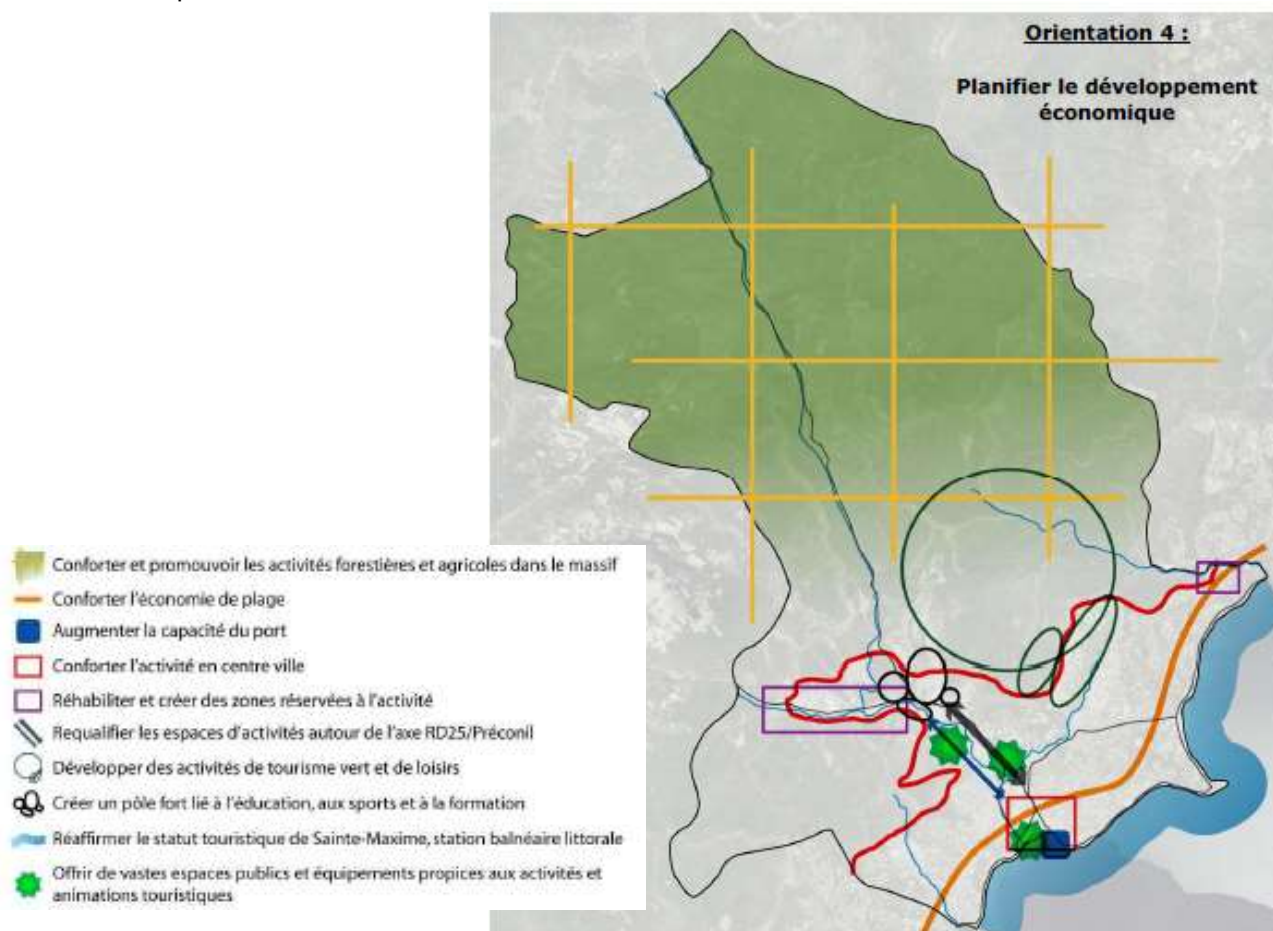
- **Objectif 1** : Conforter et promouvoir les activités forestières et agricoles dans le massif ;
- **Objectif 2** : Développer des activités de tourisme vert et de loisirs.

Conforter la vocation économique de Sainte-Maxime, pôle d'emplois intercommunal

- **Objectif 3** : Conforter l'activité économique et commerciale en centre-ville ;
- **Objectif 4** : Réhabiliter les espaces d'activités, identifier les points noirs et mettre en œuvre une politique de sécurisation / restructuration / requalification ;
- **Objectif 5** : Créer des zones réservées à l'activité ;
- **Objectif 6** : Créer un pôle fort lié à l'éducation, aux sports et à la formation.

Renforcer l'économie touristique de Sainte-Maxime

- **Objectif 7** : Réaffirmer le statut touristique de Sainte- Maxime, station balnéaire littorale ;
- **Objectif 8** : Conforter l'économie de plage ;
- **Objectif 9** : Augmenter la capacité du port ;
- **Objectif 10** : Offrir de vastes espaces publics et équipements propices aux activités et animations touristiques.



B. Les secteurs d'extension du PADD

Le PADD du PLU de Sainte-Maxime exprime la volonté de planification de la commune au regard de l'environnement, des déplacements, du développement urbain et du développement économique. Il permet de mieux cerner les enjeux traduits dans le zonage du PLU.

Les cartographies du PADD montrent l'avenir du territoire communal en identifiant les secteurs en fonction de l'orientation prédominante (environnement, déplacements, développement urbain et développement économique).

Plus spécifiquement au développement urbain, le PADD souligne l'importance de préserver le centre historique et de densifier raisonnablement les zones urbaines afin de limiter la consommation des espaces naturels et agricoles.

Ainsi, Sainte-Maxime met en avant sa volonté de rééquilibrer son urbanisation en tenant compte aussi bien des usages et des attentes de la population, que des sensibilités patrimoniales (naturelles et architecturales) ou encore des besoins des acteurs économiques.

Le PADD planifie ainsi le développement futur de la commune sur les secteurs d'extension suivants :

✕ Extension de l'urbanisation résidentielle :

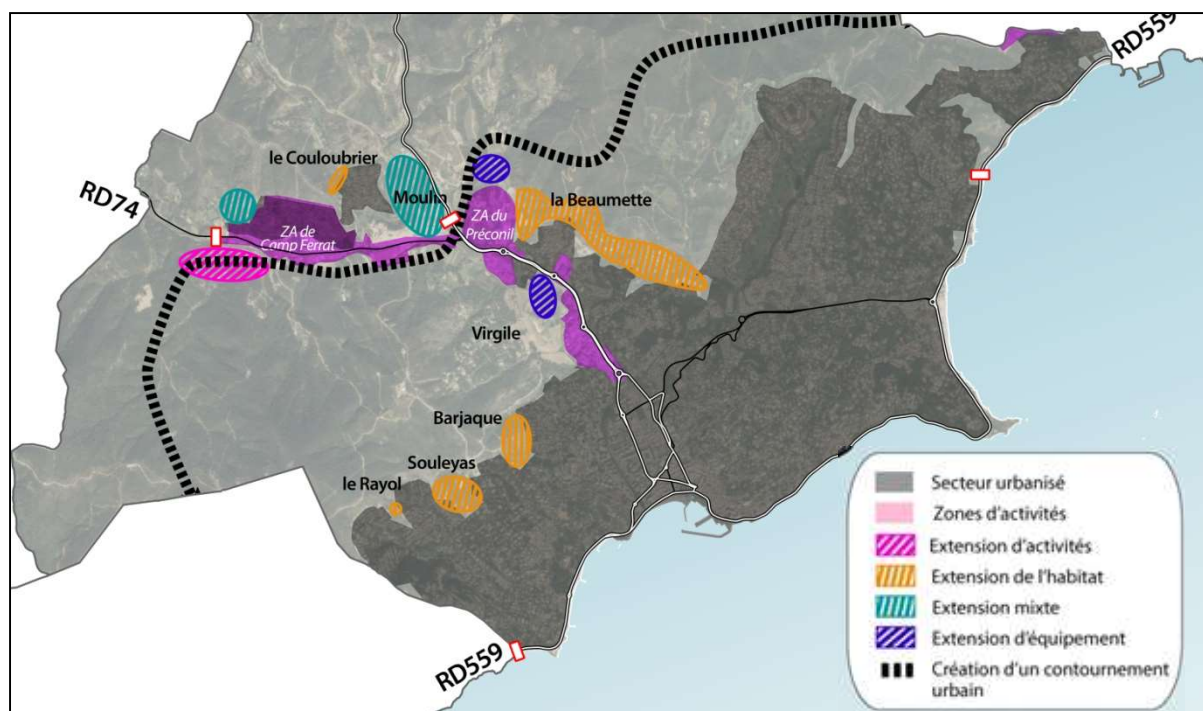
- Secteur du Moulin en entrée de ville Nord ;
- Secteur des Beaumettes ;
- Secteur du Couloubrier
- Secteurs de Rayol, Souleyas et Barjaque ;

✕ Extension des zones d'activités, d'équipements et de loisirs :

- Secteur du Moulin, le long de la voie en entrée de ville le long de la RD25 ;
- La zone d'activité du Camp Ferrat le long de la RD 74 en lien avec la commune de Plan de la Tour ;
- Secteur des Basses Ribes, zone vouée à l'équipement de la commune en appui des structures existantes sur le secteur des Bosquettes.

✕ Création de nouveaux axes de transport :

- Un nouvel axe de contournement ;
- Aménagement de la zone portuaire et augmentation de sa capacité



Les projets d'extensions de la commune inscrits dans le PADD

Les projets économiques, urbains et de transport planifiés par le PLU sont à prendre en compte dans la révision du RLP. Cependant, certains de ces projets sont programmés à moyen et long terme. Il conviendra de les intégrer au RLP au fur et à mesure de leur réalisation ou lorsque l'ouverture à l'urbanisation sera réalisée. À ce moment, le RLP pourra faire l'objet d'une modification dans le même temps que celle du PLU.

Enjeux

Concevoir un RLP qui intègre les spécificités territoriales de la commune, tout en prenant en compte les enjeux propres à chaque secteur.

Chapitre III : Diagnostic du tissu publicitaire

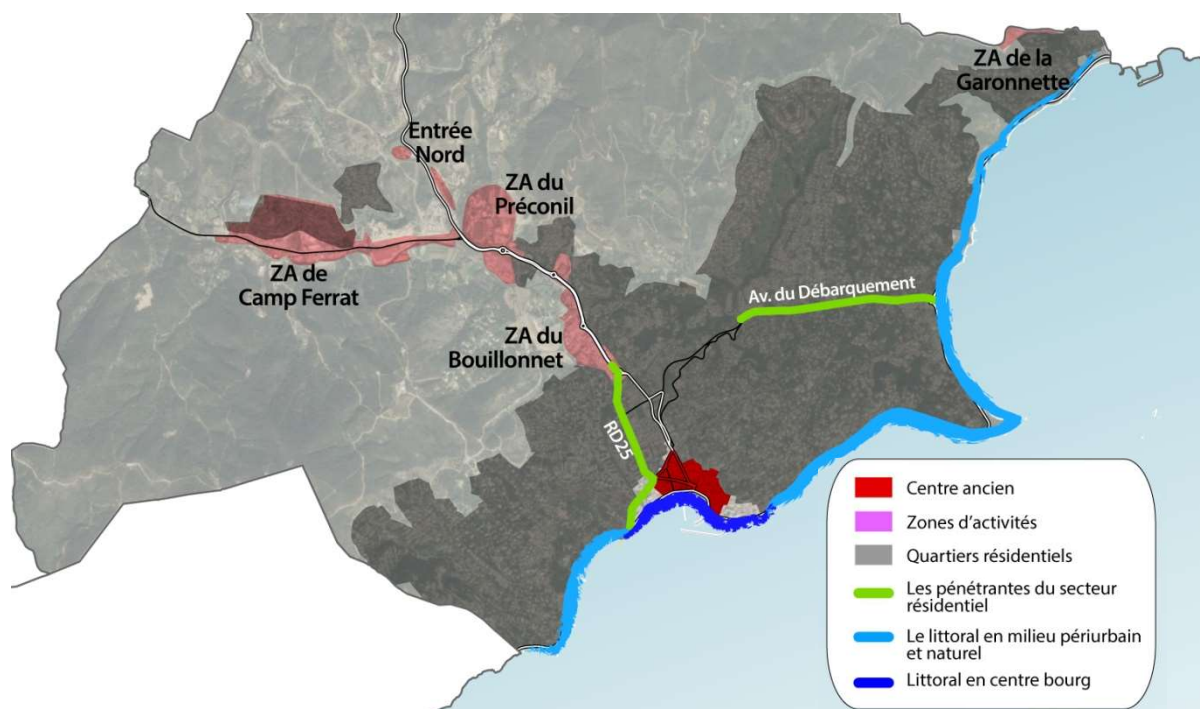
Le diagnostic du tissu publicitaire est un état des lieux de terrain. Il analyse les dispositifs (publicitaires et enseignes) au regard de leur intégration dans l'environnement urbain, architectural et paysager dans lequel ils s'inscrivent.

Pour réaliser le diagnostic du tissu publicitaire, des secteurs du territoire, à enjeux publicitaires, ont été identifiés. Les dispositifs analysés dans ce chapitre concernent exclusivement les enseignes, les préenseignes et les publicités sur le domaine privé et les publicités apposées sur le mobilier urbain. La microsignalétique située sur le domaine public n'est pas régie par le RLP.

4 grands secteurs à enjeux ont été préalablement identifiés :

Pour un repérage des secteurs, un numéro et un code couleur leur ont été attribués.

N°	Nom du secteur
1	Le centre ancien
2	Le littoral
3	Les zones d'activités
4	Les pénétrantes de la zone résidentielle



Le long du diagnostic du tissu publicitaire, des symboles ont été utilisés pour expliciter la bonne ou mauvaise intégration des dispositifs.



Bonne intégration



Dispositif soulevant des questions

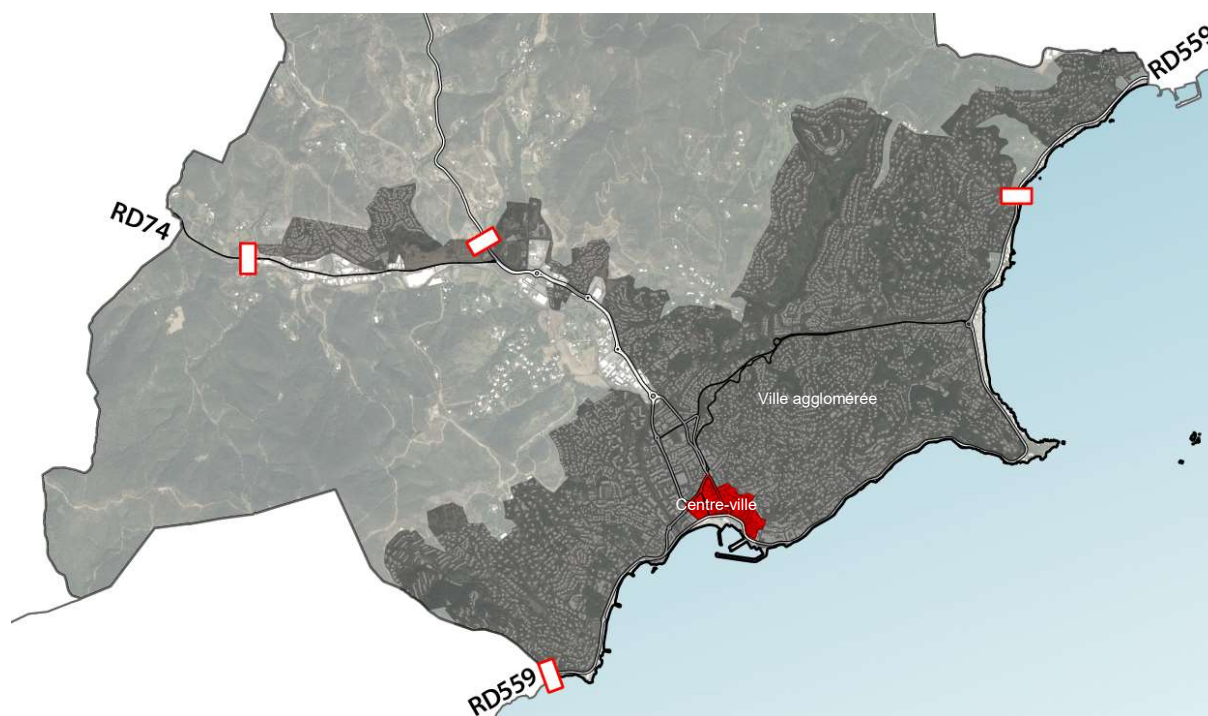


Impact négatif

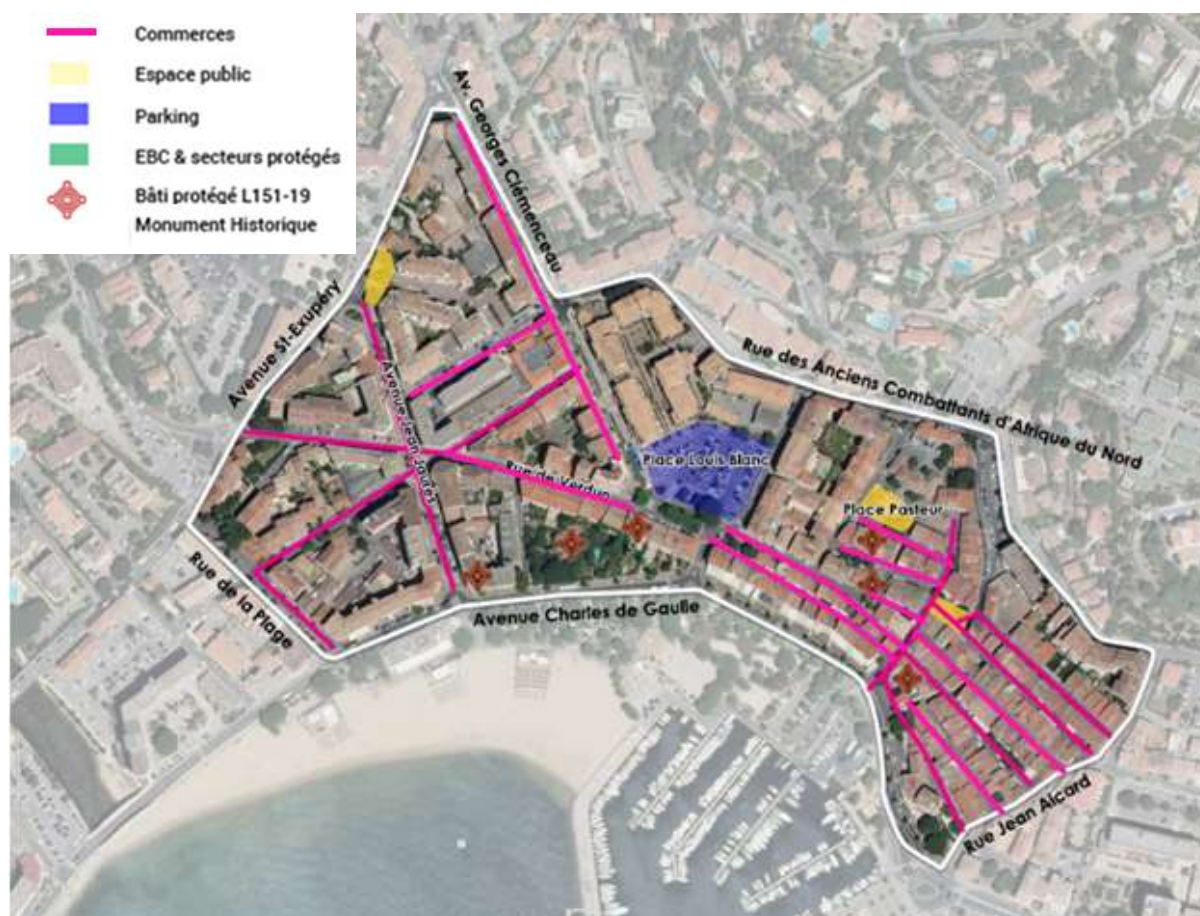
1. Le centre-ville

Le centre-ville de Sainte-Maxime se compose du centre ancien (correspondant aux zones UA du PLU), de son extension Ouest et de la ville constituée, à dominante résidentielle (correspondant globalement aux zones UB, UC et UD du PLU).

SITUATION GÉNÉRALE



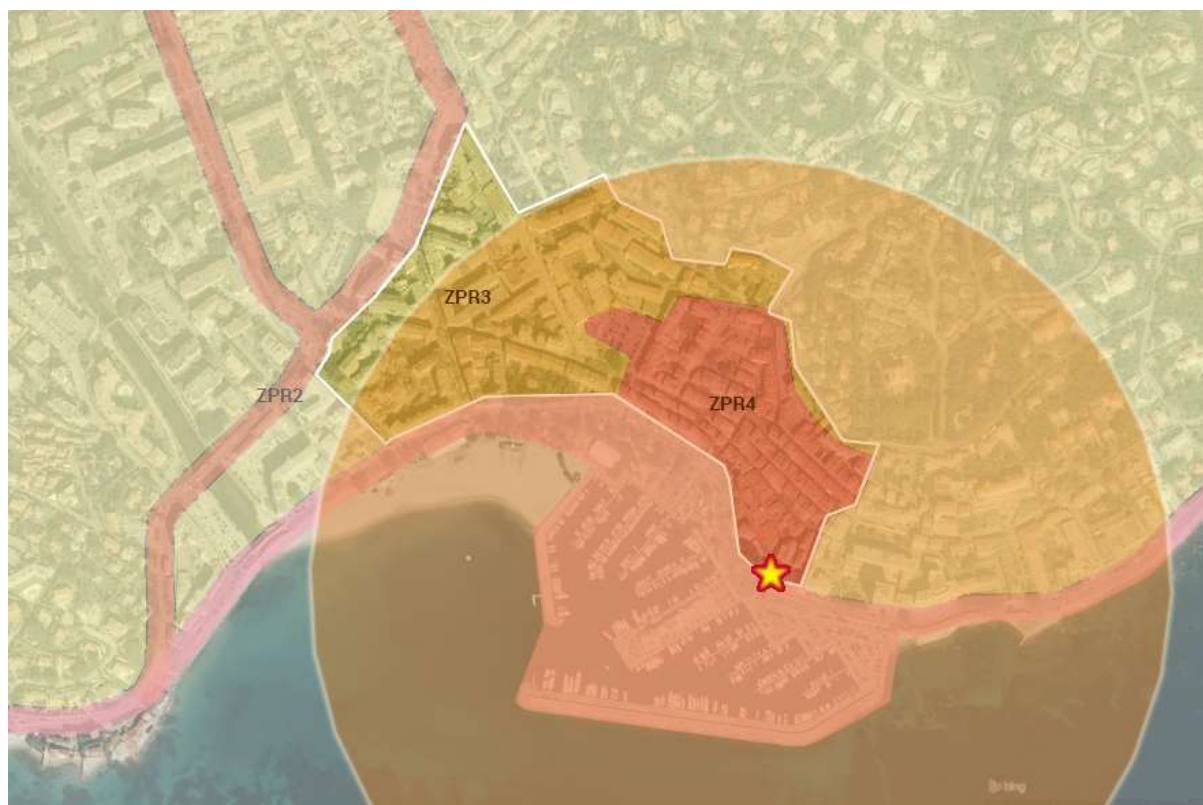
SITUATION



Le centre ancien est composé de 2 grandes parties :

- À l'Est se trouve le centre ancien, composé de petites rues goudronnées ou pavées, en partie piéton. Il est composé de bâtiments en R+1 –R+3, qui accueillent en rez-de-chaussée des commerces plus touristiques (restaurants, produits régionaux, souvenirs,...).
- À l'Ouest un secteur composé de bâtiments de type R+4 - R+5 situés de part et d'autre d'assez larges axes routiers. Les commerces en rez-de-chaussée sont plutôt du service (banques, laveries,...). Celui-ci constitue une extension du noyau ancien.

Le diagnostic portera sur les principales rues commerçantes du centre ancien de Sainte-Maxime.



Le centre ancien est en grande partie situé dans le rayon de protection de 500m de la Tour carrée, dans lequel toute publicité ou préenseigne sont interdites. Dans ce périmètre, l'installation des enseignes est également soumise à autorisation préalable après accord de l'architecte des bâtiments de France. Le RLP déroge à cette interdiction, et autorise la publicité sur mobilier urbain dans la zone.

Le centre ancien se situe en zone ZPR4. Le seul dispositif publicitaire autorisé dans cette zone est le mobilier urbain. La réglementation est plutôt souple pour ce qui est des enseignes, autorisant une surface cumulée de 10m², ce qui est assez important pour les petits commerces du centre-ville. L'affichage de marques sur les enseignes est interdit dans cette zone.

L'extension Ouest se situe en zone ZPR3. La réglementation pour les publicités et les enseignes est la même que pour la zone ZPR4. Cependant, l'affichage de marques sur les enseignes est limité sur ces enseignes à 30% de leur surface.

L'ensemble du centre-ville est compris dans le périmètre de la charte de qualité des devantures maximoises. Cette charte propose des règles plus restrictives pour les enseignes, n'autorisant qu'une enseigne murale et une enseigne en drapeau par commerce. Elle limite également la surface cumulée des enseignes à 7m², et la hauteur de ces enseignes à 60cm.

Elle restreint également les possibilités d'implantation de ces enseignes, en les interdisant au niveau des balcons et étages, et en imposant une hauteur minimale de 2,50m, ce qui impose des enseignes de type bandeau.

Elle préconise également une certaine qualité des enseignes, en imposant des enseignes carrées ou rectangulaires, planes, et en interdisant les couleurs fluorescentes ou agressives.

Les enseignes sur structures modulaires font l'objet d'une préconisation spécifique. Elles doivent être de type bandeau, en toile lacée dans un cadre d'aluminium. La hauteur de ce bandeau est limitée à 40cm.

La charte régleme nte également chevalets et menus, restreignant leur nombre à 1 par commerce.

Tableau de synthèse des règles en ZPR 3 et ZPR4 dans le RLP de 2004

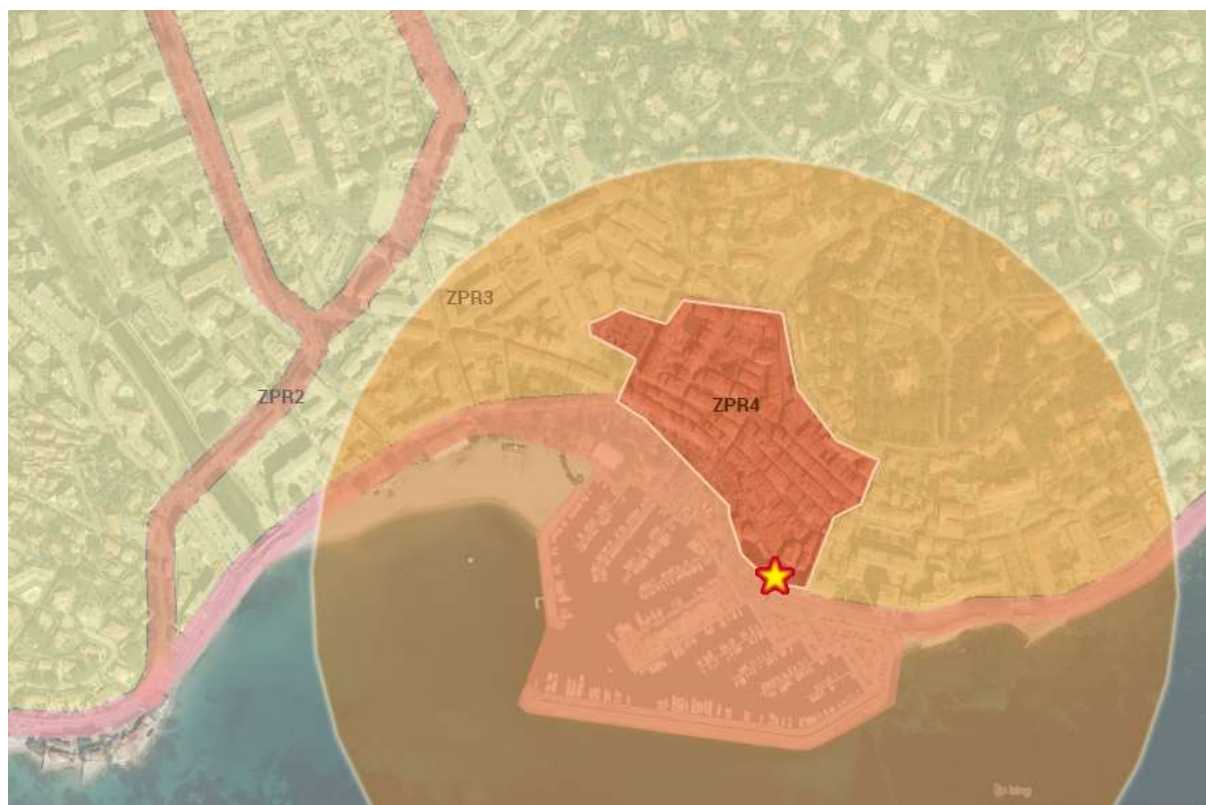
Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires	Dérogatoires	
ZPR3	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. pub. de marque : 30% max		Smax : 10m ² cumulés Aff. pub. de marque : 30% max			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		
ZPR4	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. pub. de marque : NON		Smax : 10m ² cumulés Aff. pub. de marque : NON			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 100m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

Tableau de synthèse des règles de la charte de qualité des devantures maximoises

Enseignes					
Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Sur structure ou véranda
Soumises à autorisation Interdites sur vérandas et structures Néons interdits Couleurs rouge et verte clignotantes interdites en front de mer	Interdites sur le domaine public	1 enseigne par commerce hmin : 2,50m hmax : 3,10m, sans dépasser du toit Recul de 50cm / arête du trottoir Saillie max : 0,60m Interdite sur véranda et structures Caissons lumineux interdits	1 enseigne par commerce hmin : 2,50m hmax enseigne : 60cm Enseigne plane, rectangulaire ou carrée Ne pas dépasser de la toiture ou du mur	Interdites	1 unique bandeau par commerce Cadre aluminium avec toile lacée fixé dur des poteaux hmax bandeau : 40cm hmax lettres: 30cm hmax : 2,70m Spots autorisés avec saillie max : 15cm Nom du commerce peint, centré, n'apparaissant qu'une fois sur le bandeau Lettres de couleur opposée ton sur ton, noires, ou couleur agréée par la commune
Couleurs agressives ou fluorescentes interdites Enseignes interdites aux étages supérieurs ou aux balcons Néons lumineux interdits sur étages courants et balcons affichage de marques sur les enseignes interdit					

1.1. Le centre ancien

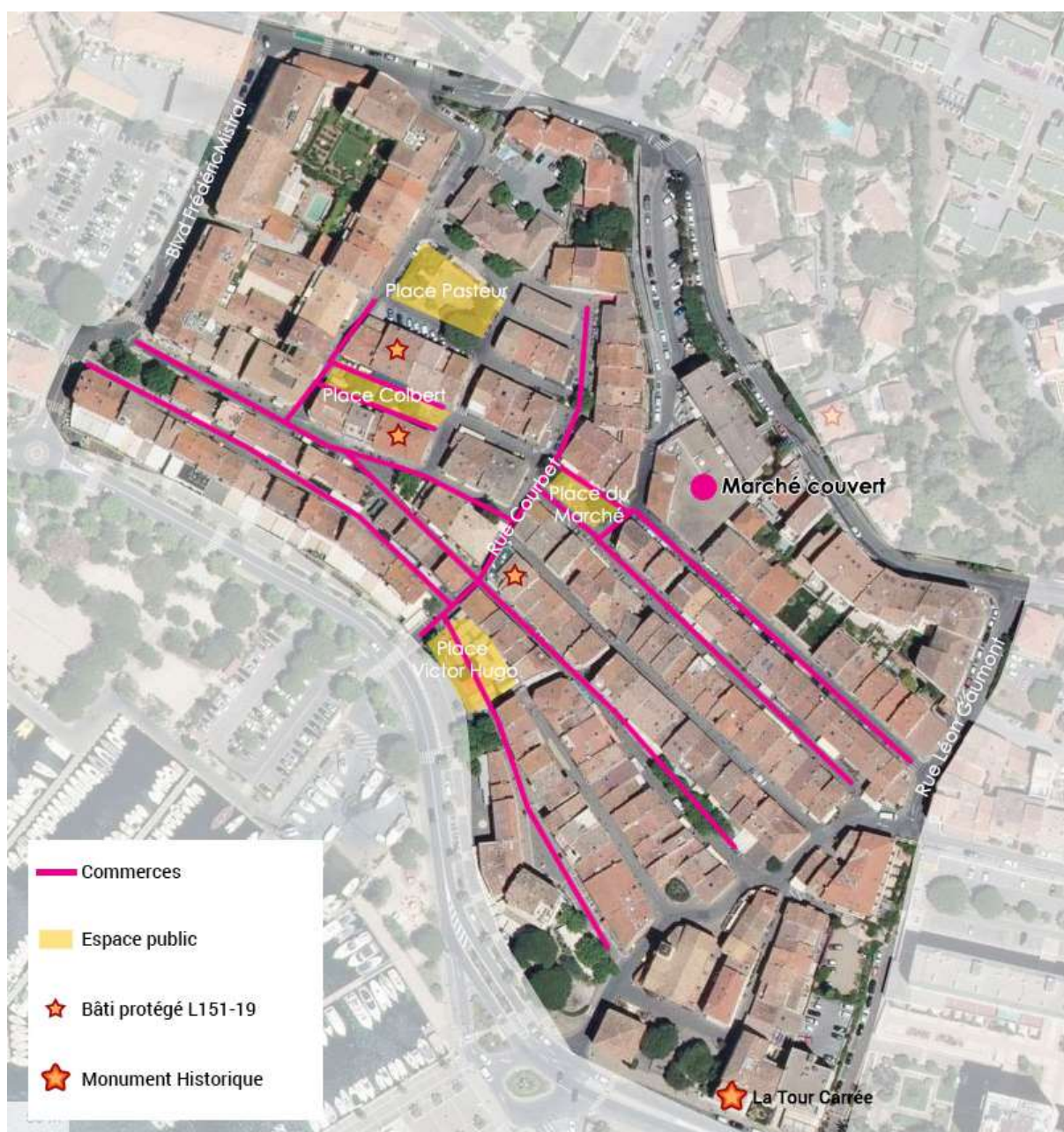
SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



Le centre ancien est entièrement compris dans le périmètre de protection de la Tour Carrée. Il est classé en zone ZPR4 du RLP 2004. La publicité interdite y est interdite, excepté sur mobilier urbain. La réglementation pour les enseignes très permissive (jusqu'à 10m² de surface cumulée).

Il est situé dans le périmètre de la charte.

ANALYSE PAYSAGÈRE



Ce secteur constitue le centre touristique de Sainte-Maxime. Il accueille des bâtiments de petite taille, ne dépassant pas le R+2.

Il est traversé par la rue Courbet, perpendiculaire au littoral, qui sert de colonne vertébrale à ce quartier, et depuis laquelle démarrent de nombreuses rues parallèles au littoral.

Le centre ancien est parcouru de ruelles étroites, pour la plupart pavées et piétonnes, et de quelques petites places. Les bâtiments qui bordent ces rues ont une architecture provençale typique.

Les commerces sont destinés au tourisme, et de petite taille. Nombre d'entre eux sont des restaurants. Ces commerces avancent leur terrasse sur la rue.

Place Louis Blanc



La place Louis Blanc constitue l'entrée Ouest du centre touristique. Elle accueille des restaurants, et sert de départ à la rue Gambetta, qui mène à la rue principale du centre-ville, la rue Courbet. (1)

Rue Gambetta



La rue Gambetta est une petite rue piétonne commerçante. Sur laquelle s'avancent les terrasses temporaires des commerces. Cette rue est à première vue impactée par les enseignes en drapeau, implantées trop en hauteur au niveau du premier étage, qui encombrent la vue en hauteur. Ceci se cumule avec les avancées des terrasses, restreignant l'espace disponible dans la rue étroite, et créant une impression d'étouffement.

On note également une enseigne de pharmacie implantée sur un balcon au deuxième étage. Cette enseigne est beaucoup trop haute et observe une saillie beaucoup trop prononcée. Les avancées en terrasse de part et d'autre de la rue réduisent de beaucoup la

largeur de celle-ci, ce qui donne une impression d'encombrement. (2)



Le bureau de tabac qui fait l'angle avec la place Louis blanc a installé deux caissons lumineux dépareillés en drapeau sur la façade. Ces enseignes, non assorties et peu qualitatives. (3)

Sur la première partie de la rue, on note les devantures très vives de deux magasins. Les couleurs vives sont à éviter. (4)



Plus haut, les commerces utilisent des

teintes beige ou grise, qui s'harmonisent bien entre elles. (5)



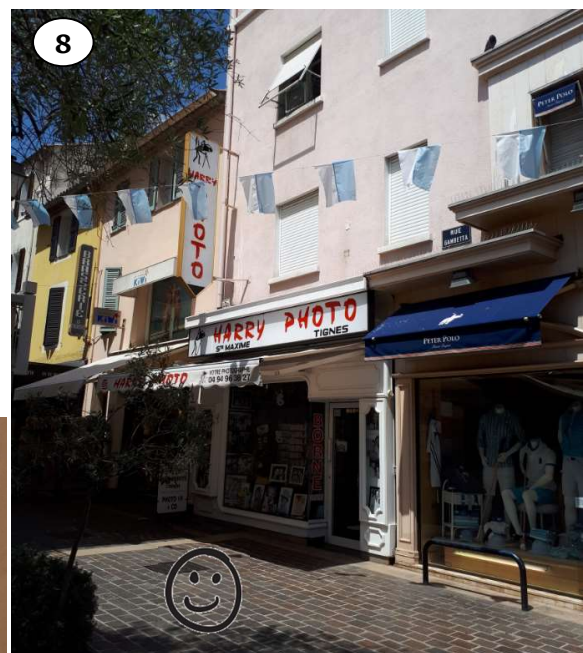
Plus haut dans la rue, les terrasses sont rentrées. On retrouve la pleine largeur de la rue. Les auvents dépliés sur le côté gauche, avant

l'intersection avec la Place des Sarrasins donnent une impression d'alignement.

Il n'y a plus d'enseignes en drapeau, ce qui libère également la partie haute des bâtiments et donne plus d'ouverture. (6)

Sur la dernière partie de la rue, les terrasses fermées ainsi que les auvents dépliés donnent une impression d'alignement. On note cependant les enseignes en drapeau de trop grande hauteur implantées à l'étage des bâtiments, qui masquent en partie les façades. (7) (8)

L'enseigne sur la structure modulaire est un bandeau, conforme aux préconisations de la charte, et donne un rendu très qualitatif. (7)



La rue Gambetta débouche ensuite sur la rue Courbet.

Rue Courbet

La rue Courbet est la rue principale du centre-ville. Perpendiculaire à la route du littoral au niveau de la Place Victor Hugo (9), elle dessert les principales rues du centre-ville : rue Gambetta, rue Paul Bert, rue d'Alsace, et la place du marché qui débouche sur les rues Hoche et Fernand Bessy, ainsi que la Montée de l'Epagneul qui rejoint une entrée du Marché Couvert.



Étant une rue très passante, la rue Courbet est surtout impactée par des enseignes et préenseignes au niveau des intersections avec les autres rues. (10)

On note également une enseigne en drapeau de grande hauteur, qui masque les perspectives sur la façade d'un bâtiment.

Les enseignes sont bien intégrées sur les devantures. On note un bon respect de la charte avec la mise en place d'enseignes bandeau dans cadre d'aluminium pour les structures modulaires, qui donnent un rendu très qualitatif. (11)



Rue du marché et rue des Belges

Ces deux rues sont de très petites rues à l'Ouest de la rue Courbet. Les enseignes de leurs commerces sont très bien intégrées, à l'exception du bureau de tabac de la rue des Belges,

dont la préenseigne se trouve rue Courbet. Celui-ci possède deux caissons lumineux dépareillés, ainsi qu'une enseigne posée sur l'espace public. L'un de ces caissons se détache particulièrement de la façade, et se découpe sur l'étage du bâtiment. De plus, l'enseigne murale du bureau de tabac semble être une enseigne lumineuse, qui n'est pas forcément utile dans cette zone de centre-ville.

(12)



Place du marché

La place du marché est ouverte sur la rue Courbet, face à la rue du marché. Elle débouche de l'autre côté sur les rues Hoche et Fernand Bessy (14), et sur la Montée de l'Épagneul en direction du marché couvert (13).



C'est un espace ouvert où s'installe le marché, qui permet des perspectives sur toute la hauteur des bâtiments à l'architecture typique provençale.

Un des commerces (14) possède une enseigne peu qualitative par rapport aux autres magasins de la place, en particulier à cause de sa couleur vive. De plus, elle est peu adaptée à l'architecture de l'immeuble de par sa grande taille.

La place du marché est particulièrement impactée par les enseignes à l'étage ou sur balcon, parfois de couleur très vive, qui cassent l'harmonie d'ensemble créée par la continuité des enseignes sur structure modulaire en rez-de-chaussée. L'enseigne bleue à l'étage, ainsi que celle du restaurant voisin masquent la façade, et en partie les ouvertures, et ne mettent pas en valeur l'architecture provençale typique de la façade. (15) (16) (17) (18)



Rue Fernand Bessy

La rue Fernand Bessy est une rue piétonne, bordée de stationnements sur l'un de ses côtés. Elle s'inscrit dans la continuité de la Place du marché. Sur cette rue s'ouvre une des deux entrées du marché couvert.

Cette rue est marquée par la présence de préenseignes, dont l'une bloque en partie le cheminement piéton. (19)



Les commerces sont plus ou moins bien intégrés. On note qu'un effort a été fait pour l'intégration de l'enseigne de la poissonnerie en entrée de la rue, avec une enseigne en lettres découpées. (20)

Cependant, la quincaillerie a peint l'ensemble des enseignes de sa façade en jaune vif, couleur agressive et peu qualitative. (21)



Rue Hoche

La rue Hoche s'inscrit dans la continuité de la Place du marché. Elle débouche sur l'avenue Berthie Albrecht à l'Est. C'est une rue très large, très ouverte et piétonne, bordée de terrasses de part et d'autre de la rue. Certaines terrasses, très avancées, restreignent le cheminement piéton, coupent les perspectives sur la rue, et cassent son alignement qualitatif.



En descendant la rue Hoche vers la place du marché, on note un bel alignement des terrasses des magasins et restaurants, ainsi qu'une harmonie dans les couleurs.

Les structures modulaires possèdent toutes des enseignes en bandeau de type toile lacée sur un cadre d'aluminium, de qualité.

(22)

On note cependant la présence de nombreux chevalets sur l'espace public.

(23).



Tout en bas de la rue se trouve un restaurant mexicain. Celui-ci a installé plusieurs enseignes jaune vif en façade. L'enseigne en bandeau est, de plus, mal intégrée la structure, dont elle dépasse légèrement. (25). Le bijoutier a quant à lui installé une multitude de dispositifs en façade, ainsi qu'une enseigne de grande taille. L'ensemble de la façade est masqué par ces dispositifs. (26)



Montée de l'épagneul

La Montée de l'Épagneul est une rue circulée, qui relie la place du marché à l'entrée Nord du marché couvert, au niveau d'une petite place goudronnée.



On note en bas de la montée une grande préenseigne indiquant la direction du marché couvert. Celle-ci est cependant qualitative et bien intégrée à la façade.

Les enseignes des commerces sont bien intégrées, en particulier celle de la cave à vin, en lettres découpées. La pâtisserie possède de nombreuses enseignes de part et d'autre de l'entrée, qui coupent la façade à différentes hauteurs. (27)



La place du marché couvert est de moins qualitative, en particulier à cause d'un commerce, qui possède un store ainsi qu'une enseigne en drapeau jaune vif. L'inscription sur le store est de plus de taille un peu grande, qui dénote avec le store du magasin voisin, très discret. (28)

Place des

Sarrasins

La rue des Sarrasins s'ouvre sur la place des Sarrasins, qui constitue le point de départ de la rue d'Alsace et de la rue Paul Bert. Ces deux rues s'ouvrent de part et d'autre d'un restaurant, qui occupe la majeure partie de la place (29).



Les commerces de la place possèdent des enseignes qualitatives, avec une enseigne en lettres découpées pour la banque (30), et des bandeaux sur structure modulaire pour le restaurant. Le nom de ce dernier est cependant inscrit en très petits caractères sur ce bandeau, les spécificités du restaurant étant indiquées en plus grande taille (31).



Rue d'Alsace

La rue d'Alsace s'inscrit dans le prolongement de la rue des Sarrasins. Elle traverse ensuite la rue Courbet, et rejoint l'avenue Berthie Albrecht. C'est une rue piétonne assez étroite, sur laquelle s'avancent des terrasses.



La première partie de la rue est composée de commerces dont les terrasses, ombragées par des stores, s'avancent sur la rue. Cette partie de la rue paraît particulièrement encombrée, les avancées de terrasses réduisant considérablement l'espace disponible pour les piétons.

On remarque une enseigne en drapeau de taille exagérée, implantée au premier étage d'un bâtiment. Cette enseigne masque en partie l'étage, et participe à l'impression d'encombrement de la rue. (32)

On note également des enseignes qualitatives, comme celle du magasin de décoration, inscrite en lettres découpées. (33)





La deuxième partie de la rue d'Alsace, de l'autre côté de la rue Courbet, accueille moins de commerces. La rue est libérée des avancées de terrasses, ce qui ouvre agréablement l'espace.

Cette partie de la rue est cependant impactée par plusieurs préenseignes, mises en place au niveau du cheminement piéton, qui encombrant celui-ci. (34)

Rue Paul Bert

La rue Paul Bert s'inscrit dans le prolongement de la rue des Sarrasins. Elle traverse ensuite la rue Courbet, et rejoint la rue Jean Aicard.

La rue Paul Bert est une petite rue pavée sur laquelle s'avancent les devantures des magasins et nombreux restaurants.





Cette rue est impactée par les enseignes en drapeau, situées très en hauteur, au niveau de l'étage ou au-dessus de la toiture de la terrasse (35) (36) (37) (38).

On remarque également un énorme cornet de glace, préenseigne du glacier, très peu qualitative. (36)

La rue accueille de nombreux restaurants qui possèdent une structure modulaire sur leur terrasse. Ces restaurants, comme préconisé par la charte, ont installé des bandeaux de toile lacée sur un cadre en aluminium. Ces cadres permettent une vraie homogénéité dans cet enchaînement de restaurants, avec un bandeau continu et de même hauteur. (39) (40)



On note cependant la présence de chevalets et menus, dont l'accumulation est peu qualitative. (40)



Certains commerces ont adopté une enseigne unique sur leur store. Cela donne un résultat très sobre et très joli. (41)





Un restaurant a mis en place une grande enseigne au niveau d'une clôture non aveugle. Cette enseigne est de taille exagérée, et coupe la perméabilité visuelle sur la terrasse.

On note également la présence d'un chevalet sur l'espace public. Celui-ci ne gêne cependant pas le passage. (42)

Rues Jean Aicard et Avenue Berthie Albrecht

Ces deux rues, dans le prolongement l'une de l'autre, marquent la limite Est du centre touristique. Elles rejoignent le littoral au niveau du Musée de la Tour Carrée. Cette rue est assez hétérogène, puisque les commerces présents sont ceux marquant les intersections avec les rues Paul Bert, d'Alsace, Hoche et Léon Gaumont, qui ont des caractères différents.



Un restaurant marque l'angle avec la rue Paul Bert. Son enseigne en bandeau sur structure modulaire marque l'angle en créant une continuité. Elle est bien intégrée. (43)



Un restaurant marque l'angle avec la rue d'Alsace, possède une façade commerciale sur l'avenue Berthie Albrecht. Sa façade possède deux enseignes, qui masquent en partie les ouvertures à l'étage, ainsi qu'une enseigne en drapeau bien trop haute. (44)



Un glacier marque l'angle avec la rue Hoche. Il possède une enseigne au premier étage de très grande taille, qui masque la façade. (45)

Le commerce, qui marque l'angle avec la rue Léon Gaumont, accumule les enseignes. Il possède une enseigne assez qualitative en bandeau au-dessus de la porte, mais plusieurs enseignes de type bâche sur les murs. Elles sont de plus en matériau très peu qualitatif, et ne respectent pas du tout l'architecture de la façade. (46)



ANALYSE JURIDIQUE

Infractions constatées

✕ Enseignes en drapeau de trop grande taille et implantées trop haut

La hauteur des enseignes en drapeau est limitée à 60cm par la charte. De plus, celles-ci doivent être implantées entre 2,50 et 3,10m de hauteur. L'implantation à l'étage est interdite.



✕ Enseignes murales en trop grand nombre et mal implantées

Les enseignes murales sont limitées à une par commerce. De plus, l'implantation à l'étage ou en balcon, ou à une hauteur inférieure à 2,50m est interdite par la charte.



Les préenseignes ne sont pas autorisées dans cette zone.



× Des enseignes de couleur criarde



Les enseignes de couleur agressive sont interdites par la charte.



× Présence d'enseigne sur un arbre

Le code de l'environnement interdit la mise en place d'enseignes sur les arbres.



× Caissons lumineux

Les caissons lumineux sont interdits par la charte.



La mise en application de la charte garantirait une véritable intégration des enseignes dans le centre-ville. Il serait également important de rappeler l'interdiction des préenseignes en agglomération.

LES ATOUTS À VALORISER

× Enseignes en lettres découpées

Celles-ci s'intègrent très bien aux façades des bâtiments.



× Unique enseigne sur store

Une unique enseigne sur store s'intègre très bien avec le bâtiment. Les enseignes sur store font trop souvent doublon avec une enseigne murale implantée trop en hauteur.



✕ **Enseignes en bandeau de toile sur structure modulaire**

La mise en place de bandeaux de toile sur les structures modulaire permet de créer un alignement et une continuité entre les différentes terrasses des commerces.

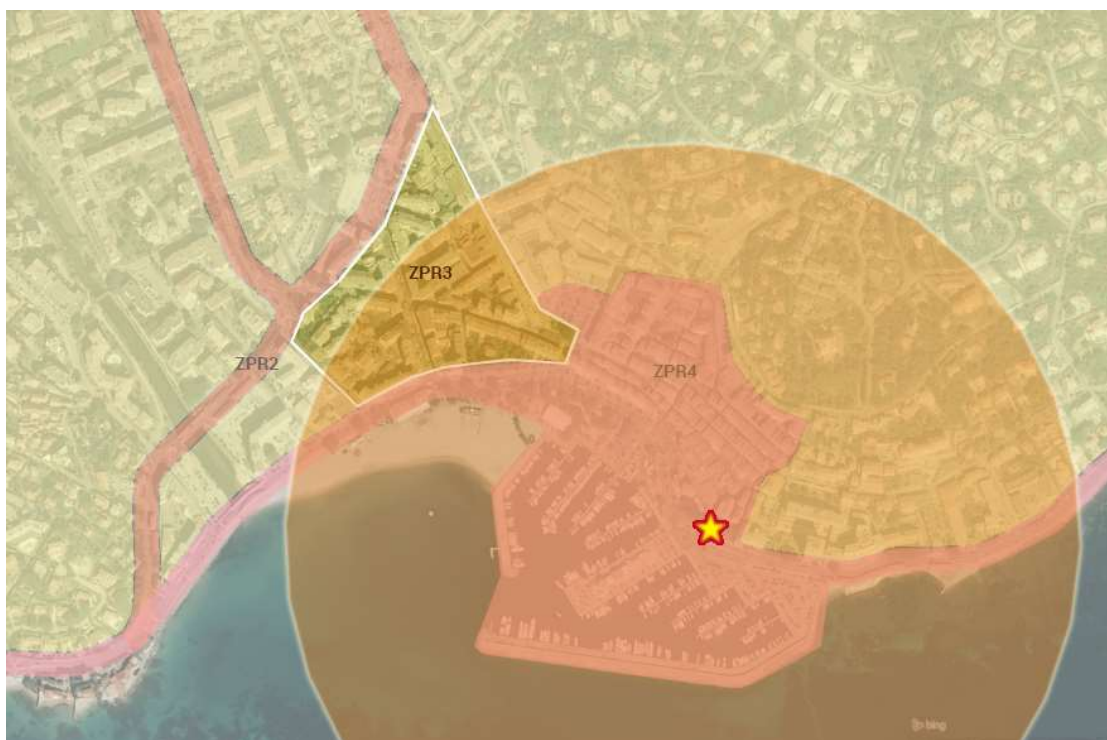


ENJEUX

- ✕ Mettre en valeur l'architecture typique provençale du centre ancien avec des dispositifs qualitatifs et en protégeant les étages
- ✕ Ouvrir les rues étroites en évitant les dispositifs en saillie par rapport aux façades
- ✕ Intégrer les avancées de terrasse à l'espace public à l'aide d'enseignes appropriées
- ✕ Mettre en place une réglementation adaptée à l'économie touristique du secteur (menus, chevalets)
- ✕ Faire appliquer la charte et le RLP

1.2. L'extension Ouest

SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



L'extension Ouest du centre ancien est située en grande partie dans le périmètre de protection de 500m autour de la Tour Carrée.

Elle est classée en zone ZPR3 du RLP. La publicité y est interdite, excepté sur mobilier urbain. La réglementation pour les enseignes est très permissive, et autorise jusqu'à 10m² de surface cumulée.

Elle est située dans le périmètre de la charte.

ANALYSE PAYSAGÈRE

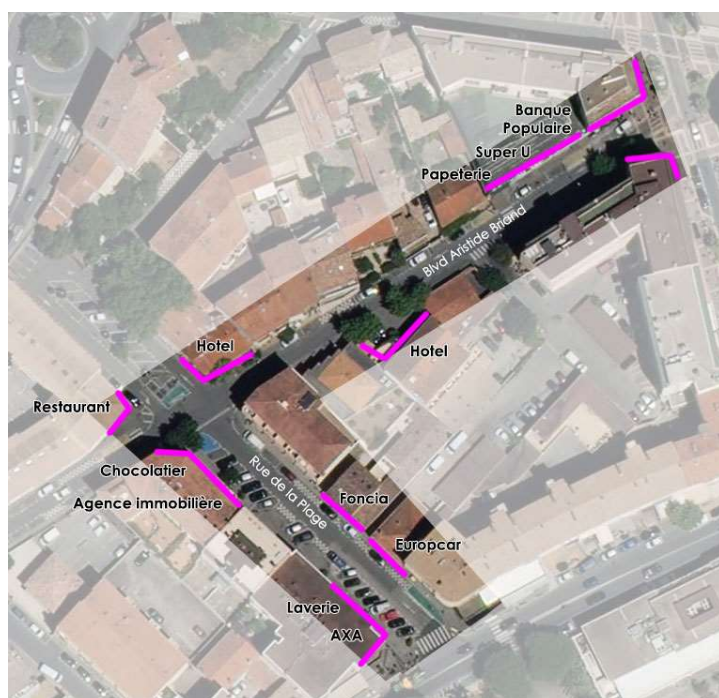
L'extension Ouest est composée de trois rues principales en étoiles, qui se coupent au centre de la zone. Elle est bordée à l'Est par la rue Georges Clémenceau.

Les rues qui la composent sont larges, circulées en sens unique, et bordées de stationnements.

Elles sont bordées de larges trottoirs isolés de la circulation par



► Rue de la Plage et Boulevard Aristide Briand



Ce secteur en forme d'angle droit compte une dizaine de commerces et services avec une agence de location de voiture (Europcar), deux agences immobilières, deux hôtels, un restaurant ainsi que des magasins divers et variés.

Cette zone est un endroit fréquenté. Du fait de l'offre de stationnement de la Rue de la Plage, de nombreuses voitures y sont stationnées. Par ailleurs, c'est un axe emprunté par les piétons, qui y transite pour accéder à la plage ou le long du littoral. C'est donc également un lieu de passage.

La rue de la plage est de petite taille. C'est une rue large, bordée de stationnements. Elle relie la plage du Casino Barrière à la RD25. Elle est bordée par quelques résidences et commerces. (1)



En entrant dans la rue du côté littoral, on observe des commerces assez individualisés. Ils affichent des enseignes en drapeau sans grande harmonie d'ensemble. (2) (3)

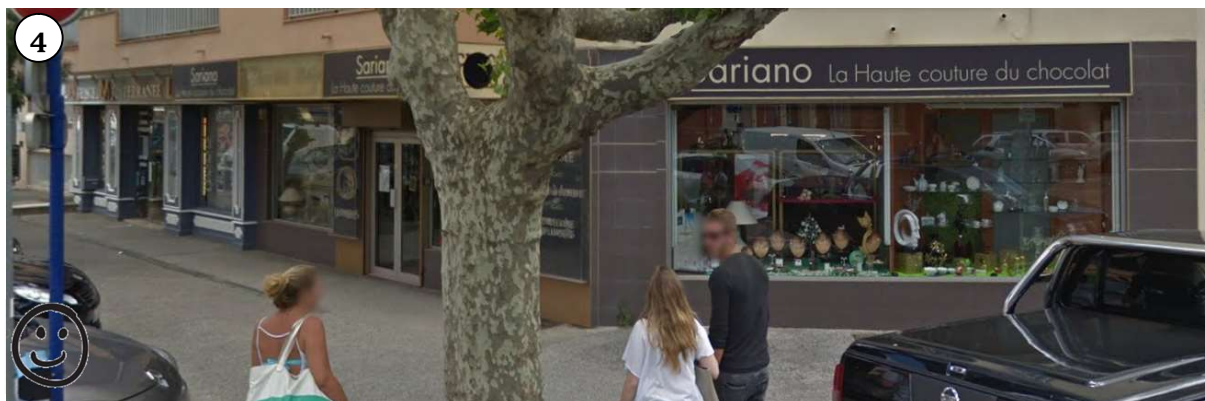
La laverie possède des enseignes multiples, de polices dépareillées, et respectant peu l'architecture de la façade. Ces enseignes ne respectent pas la charte, qui interdit les couleurs agressives et n'autorise qu'une enseigne en façade rectangulaire et plane par commerce. La serrurerie possède une enseigne bombée, peu qualitative. (2)



De l'autre côté de la rue, les enseignes sont plutôt bien intégrées. Cependant, elles sont de couleur un peu vive. (3)



Plus loin dans la rue, l'agence immobilière et la chocolaterie qui marque l'angle avec le Bd. Aristide Briand donnent l'impression d'une continuité d'enseignes, avec des enseignes en bandeau de même hauteur et même teinte. (4)



Cependant, l'inscription de l'agence immobilière est de très grande taille. La taille des lettres devrait être réduite. (5)



L'enseigne de la chocolaterie est découpée en 3 enseignes, avec une répétition du nom du commerce. Il serait préférable d'utiliser la même enseigne que sur l'autre façade du magasin, qui est plus qualitative.

De plus, le commerce a recouvert l'ensemble de sa façade d'enseignes, ce qui est très peu qualitatif, et masque complètement l'architecture du bâtiment. (6)



De même, de l'autre côté du Bd. Aristide Briand, un restaurant a installé de trop nombreuses enseignes, qui recouvrent la façade. La forme des enseignes au-dessus des portes respecte cependant bien l'architecture du bâtiment en soulignant ses arcades. La taille de l'enseigne en drapeau est exagérée. (7)



Le boulevard Aristide Briand est parallèle au littoral. C'est une rue plus étroite que la rue de la Plage, qui s'ouvre avec deux hôtels, et débouche sur l'intersection avec la rue Jean Jaurès et l'Avenue du Préconil, qui forme une petite place ouverte. Sur la dernière partie de la rue se trouve un alignement de commerces sur le linéaire Nord.

Au niveau de l'angle avec la rue de la Plage, le Boulevard Aristide Briand s'ouvre avec deux hôtels situés de part et d'autre de la rue. (8) (9)

L'enseigne principale de l'hôtel - restaurant, possède de nombreuses enseignes en façade, de grande taille et peu qualitatives. (8)

On note également la présence d'une préenseigne en façade. (8)



L'hôtel Le Préconil est indiqué par deux enseignes en drapeau. Celle implantée sur la façade est assez qualitative, et bien intégrée.





Plus loin sur le linéaire Nord du Bd. Aristide Briand s'implantent quelques commerces.

Ceux-ci sont assez homogènes, avec des enseignes bandeau de couleur majoritairement blanche(11). Chacun de ces commerces possède une petite enseigne en drapeau, qui respecte les préconisations de la charte. Ces enseignes sont bien intégrées (10).

Ces enseignes créent une homogénéité et une continuité au sein de ces trois commerces.

Un drapeau de couleur vive est mis en place devant la supérette. Il est inutile et nuit à la qualité de l'ensemble.

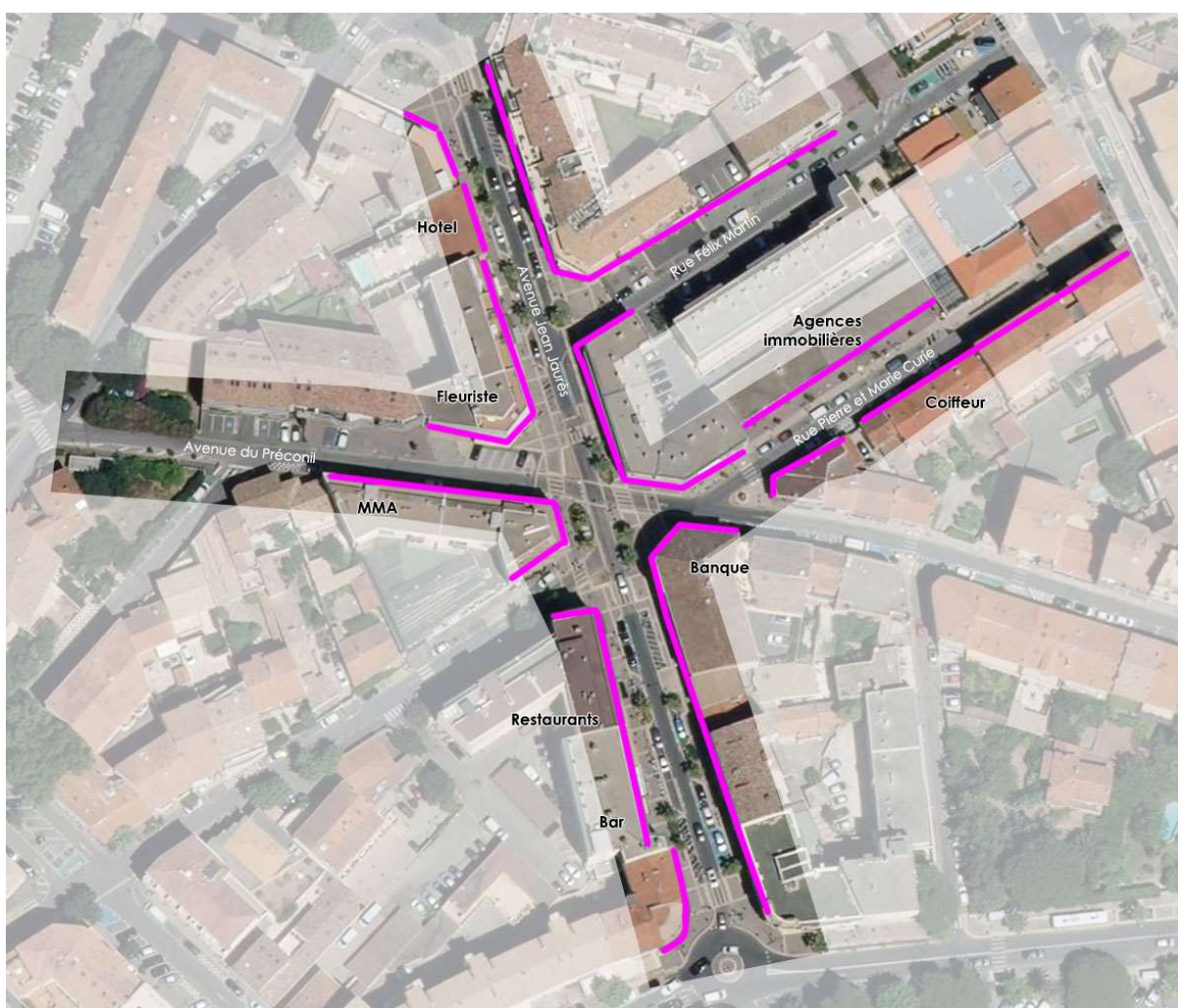


Le magasin qui marque l'angle avec la rue Jean Jaurès et la rue du Préconil possède 3 façades commerciales. Chacune d'elle possède une enseigne très qualitative, en lettres découpées. (12) (13)





► Les rues principales et leur intersection



Ce secteur est très central dans la zone Ouest du centre-ville. Il est en effet composé de 3 grandes rues commerciales qui se croisent en un même endroit, formant une étoile à 6 branches :

- L'avenue Jean Jaurès, qui relie le littoral à l'Avenue St Exupéry, qui prolonge la RD25

- L'avenue du Préconil, prolongée par la rue de Verdun, qui relie la RD25 au centre touristique au niveau de la Place Louis Blanc
- La rue Pierre et Marie Curie, qui prolonge le Boulevard Aristide Briand et rejoint l'Avenue Georges Clémenceau.

La rue Félix Martin, qui relie l'avenue Jean Jaurès à l'Avenue Georges Clémenceau sera également étudiée dans ce secteur.

Ces rues sont également très circulées en voiture, et proposent des places de stationnement.

L'intersection s'ouvre en un grand espace aéré, au centre de cette zone.

Rue Pierre et Marie Curie



La rue Pierre et Marie Curie s'inscrit dans le prolongement du Boulevard Aristide Briand. C'est une rue large, bordée de stationnement. L'alignement des bâtiments observe un décroché, dans lequel s'inscrivent plusieurs commerces.

Cette rue est particulièrement impactée par les enseignes en drapeau, ainsi que les enseignes en façade qui dépassent du toit des commerces. Ceci nuit à la perception de l'architecture du bâtiment, donnant l'impression de voir plusieurs bâtiments au lieu d'un bâtiment continu et de hauteur constante. (1)



Les enseignes en façade sont de plus très hétérogènes de par leur forme et leur couleur. Certaines enseignes, comme celle du restaurant kebab, sont de couleur trop vive (2). L'enseigne de l'agence immobilière est bombée, ce qui nuit à la perception de l'alignement du bâtiment. La différence de hauteur entre les différentes enseignes nuit à la perception du fronton du bâtiment. (3)

De plus, un drapeau très peu qualitatif est présent sur l'espace public devant le restaurant kebab.



Les façades de certains commerces sont recouvertes d'enseignes et d'inscriptions, ce qui masque leur façade. (4)



Rue Félix Martin



La rue Félix Martin est parallèle à la rue Pierre et Marie Curie. C'est une rue large, aérée, accueillant des résidences sur son linéaire sud et des commerces sur son linéaire Nord. Ces commerces sont bordés par un large cheminement piéton.

Cette rue est particulièrement impactée par la présence de multiples enseignes posées au sol sur ce cheminement piéton (5) (6). Celles-ci sont cependant implantées de façon à ne pas gêner la circulation des piétons, mais restreignent tout de même l'espace alloué à cette circulation. (6)





Les enseignes en bandeau, rectangulaires, de même hauteur, donnent une impression d'homogénéité au sein de la rue. Cependant, des enseignes sont également mises en place sur le reste de la façade, et masquent totalement celle-ci. Quelques vitrines sont également entièrement masquées par les affichages. (7) (8)



La rue Félix Martin observe un renforcement au niveau d'une petite cour. Cette cour accueille des commerces sous une coursive bordée d'arcades. (9) Les enseignes sont assez discrètes et bien intégrées, mais certaines pourraient être supprimées.

Le commerce ci-dessous possède des enseignes trop nombreuses, avec 3 enseignes en façade. De plus, une préenseigne scellée de grande taille a été mise en place devant le magasin. (10)



Avenue Jean Jaurès



L'avenue Jean Jaurès est perpendiculaire aux deux rues étudiées précédemment. Elle est également perpendiculaire à la route qui longe le littoral, juste en face du Casino Barrière.

La rue Jean Jaurès est très ouverte, et bordée de larges cheminements piétons. Elle s'ouvre davantage au niveau de l'intersection avec les rues de Verdun, Pierre et Marie Curie, avenue du Préconil et Boulevard Aristide Briand, en un espace aéré agréable.

Côté littoral, les enseignes, rectangulaires et bien insérées sur le bâtiment, sont dissimulées par des auvents. Le magasin d'optique a également mis en place une enseigne perpendiculaire. (11)

L'avancée de terrasse du restaurant, et plus particulièrement l'un de ses deux chevalets, restreint l'espace disponible pour les piétons au niveau du large trottoir.



Au niveau de l'intersection avec l'avenue du Préconil et le Boulevard Aristide Briand, la rue s'ouvre davantage. Les enseignes sont qualitatives, en lettres découpées, ou sur des auvents de couleur sobre (12) (13). Cependant, l'agence immobilière qui fait l'angle avec l'Avenue du Préconil a mis en place une enseigne en façade qui dépasse du mur, ce qui ne met pas en valeur l'architecture du bâtiment (12). L'opticien a installé une deuxième enseigne murale, de grande taille, qui masque la façade. (13)





De l'autre côté de la rue, les commerces possèdent des enseignes en bandeau. Celles-ci sont de hauteur et formes différentes, et dépassent parfois de la façade, masquant en partie l'étage et les balcons, ce qui ne participe pas à une harmonie d'ensemble et ne met pas en valeur l'architecture du bâtiment. La charte impose de plus des enseignes de forme rectangulaire (14) (15) (16). L'hôtel possède 2 enseignes en drapeau, de part et d'autre de l'entrée. Ces deux enseignes, identiques, sont redondantes.



Avenue du Préconil



L'avenue du Préconil est bien plus étroite que la rue Jean Jaurès. Elle accueille peu de commerces, étant en majeure partie bordée par des résidences sur son linéaire Nord.

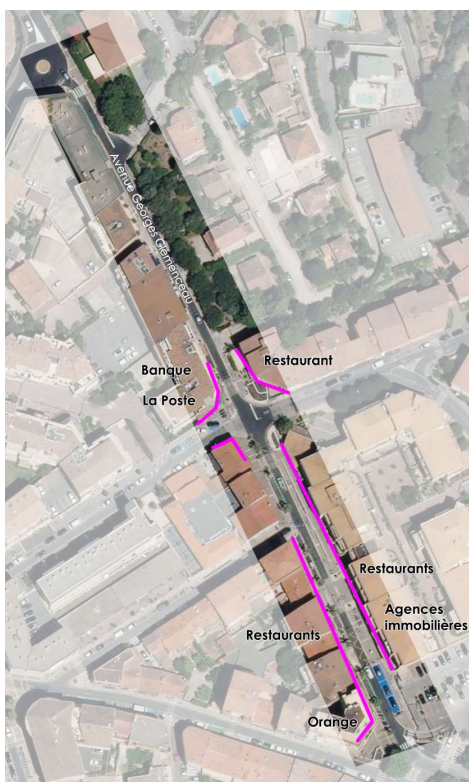
Les enseignes en façade des commerces sont dans l'ensemble bien intégrées, avec des enseignes rectangulaires en bandeau de même hauteur et de couleur sobre, et une enseigne en drapeau par commerce. (17) (18)

Seul un magasin possède une façade assez peu qualitative, avec la présence de trois enseignes murale, dont une de forme particulière et de couleur vive. (18)





Avenue Georges Clémenceau



L'Avenue Georges Clémenceau constitue la limite Est du quartier. C'est l'un des principaux axes routiers Nord/Sud du centre-ville.

Elle est parcourue sur son linéaire Est par un ensemble de commerces situés sous des balcons à parement en bois. Ces balcons possèdent sur leur partie basse des cadres qui semble être mis en place pour accueillir les enseignes des commerces en rez-de-chaussée, comme cela a été fait par l'un des commerces (2). En effet, les enseignes mises en place au-dessus des vitrines ne sont pas visibles depuis le trottoir d'en face, cachées sous l'avancée du balcon. Ces dispositifs, s'ils étaient utilisés, permettraient de réguler la taille des enseignes, et de créer une homogénéité au sein de la rue. (1) (2)

Cette homogénéité n'est pas présente avec les dispositifs mis en place. En effet, les enseignes en bandeau sont de hauteurs très variées qui ne donnent pas une impression de continuité. Le magasin d'informatique, en particulier, possède une enseigne

beaucoup trop grosse. (1)



Au milieu de l'avenue, les balcons s'interrompent et laissent place à 4 commerces. (3) (4)



La laverie possède une enseigne en bandeau bien intégrée à la façade. Cependant, celle-ci arbore une inscription d'un orange agressif, ce qui est peu qualitatif. (3)

Deux commerces ont installé leur enseigne au niveau de l'imposte de la porte, ce qui du point de vue de l'architecture du bâtiment, est le meilleur endroit où l'installer pour que celle-ci ne soit pas trop haute et pour permettre une continuité avec les commerces voisins. Cependant, l'enseigne d'un des commerces arbore une couleur jaune agressive, ainsi que des inscriptions trop nombreuses qui nuisent à la lisibilité de l'enseigne. L'enseigne du troisième commerce est qualitative, mais nécessiterait de s'implanter un peu plus haut pour s'inscrire dans la continuité des impostes des commerces voisins.

Une enseigne en forme d'angle est peu qualitative. Cette enseigne semble de plus indiquer le commerce voisin, et non l'entrée de l'hôtel. Une enseigne en drapeau serait mieux choisie. (4)

Les enseignes en drapeau des commerces sont implantées trop en hauteur. Elles devraient être au même niveau que les enseignes murales. (4)



Au niveau de l'intersection avec la rue Félix Martin, à l'angle Nord-Est, se trouve un restaurant. (5)

Celui-ci possède des enseignes dans l'ensemble bien intégrées.

Au niveau de l'angle Sud-Est se trouvent trois commerces. (6)



Le magasin de vêtements qui fait l'angle au rez-de-chaussée a installé deux enseignes en façade. La première, en bandeau au-dessus de la vitrine, est composée de deux couleurs opposées, ce qui donne l'impression que deux enseignes sont mises en place, et donne une impression d'hétérogénéité au sein même du bâtiment.

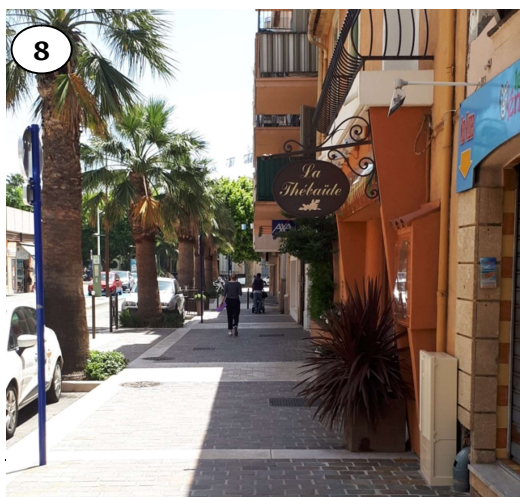
L'agence immobilière au rez-de-chaussée, ainsi que le commerce au R+1 possèdent chacun une enseigne murale en bandeau et une enseigne en drapeau. Les enseignes murales sont de qualité, avec une inscription en lettres découpées. (6)

Le commerce à l'étage possède des enseignes très bien intégrées.



De l'autre côté de l'avenue se trouve un magasin de jardinage. (7)

Celui-ci possède une enseigne de très grande taille, qui prend toute la longueur de la façade qui est très longue. Une enseigne moins longue, centrée au-dessus de l'entrée du commerce serait plus qualitative.



9



Plus bas, du côté ouest de l'avenue, se trouvent un restaurant et un commerce. (8)

La façade du commerce est bien intégrée, avec des enseignes de qualité, fer forgé pour l'enseigne en drapeau et effet bois pour l'enseigne murale. (9)

La façade du restaurant (10) est totalement recouverte d'une enseigne d'un bleu agressif et criard, avec des inscriptions publicitaires sur l'ensemble

de la façade. La façade est totalement masquée par cette enseigne, dont la qualité est très faible.

En bas de l'avenue, côté Ouest se trouvent deux commerces de beauté. (11) Ceux-ci ont mis en place des enseignes sous forme d'avent. Ces auvents arqués respectent mieux qu'une enseigne rectangulaire la forme d'arche des portes de ces magasins, et s'intègrent donc bien dans l'architecture du bâtiment. Cependant, l'un des commerces a mis en place de nombreuses autres enseignes en façade, qui masquent une grande partie de celle-ci.



ANALYSE JURIDIQUE

Les infractions constatées :

× Enseigne sur un arbre

Le code de l'environnement interdit la mise en place d'enseignes sur les arbres



× Enseignes trop nombreuses et de trop grande taille, masquant les façades

Le code de l'environnement limite la surface des enseignes en façade à 25% de la surface de la façade commerciale pour les commerces dont la façade fait moins de 50m². La charte limite la surface totale des enseignes en façade à 7m².

La charte limite le nombre d'enseignes à une enseigne murale et une enseigne en drapeau par commerce.





× Enseignes de couleur agressive ou non plane

La charte précise que les enseignes doivent être planes, de forme carrée ou rectangulaire, et interdit les couleurs agressives ou fluorescentes.





× **Enseignes ne respectant pas les hauteurs d'implantation et dépassant des façades et toitures des bâtiments**

Les enseignes murales ne doivent pas dépasser du mur sur lequel elles sont installées. De même, les enseignes en drapeau doivent respecter les hauteurs d'implantation définies par la charte (entre 2,50 et 3,10 m), et ne doivent pas dépasser des toitures.



La charte impose une hauteur minimale de 2,50m pour les enseignes murales.



× Présence de préenseignes, interdite par le RLP

Les enseignes posées ou scellées sur l'espace public sont considérées comme des publicités ou des préenseignes, et sont donc interdites par le RLP dans cette zone. On note également une préenseigne murale.



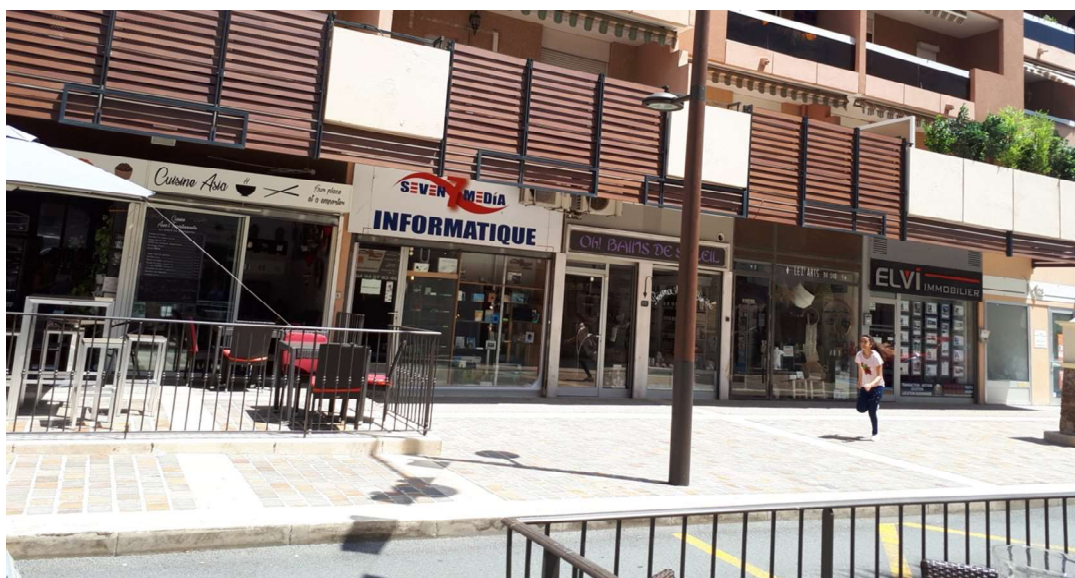
La plupart des infractions constatées constituent des infractions à la charte, qui ne constitue pas un document opposable. Il est donc important d'inclure cette charte au prochain RLP, afin que les enseignes en façade soient mieux intégrées. Cependant, la charte doit être adaptée sur certains points, et prendre en compte certaines spécificités, comme les commerces d'angle ou les commerces implantés uniquement à l'étage, qui nécessitent la mise en place d'une enseigne à l'étage, ou de plusieurs enseignes, afin d'être visibles sur l'ensemble de leurs façades commerciales.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

- × Des enseignes de taille exagérée



- × Des enseignes en façade ne respectant pas l'architecture des bâtiments et créant des discontinuités entre les commerces

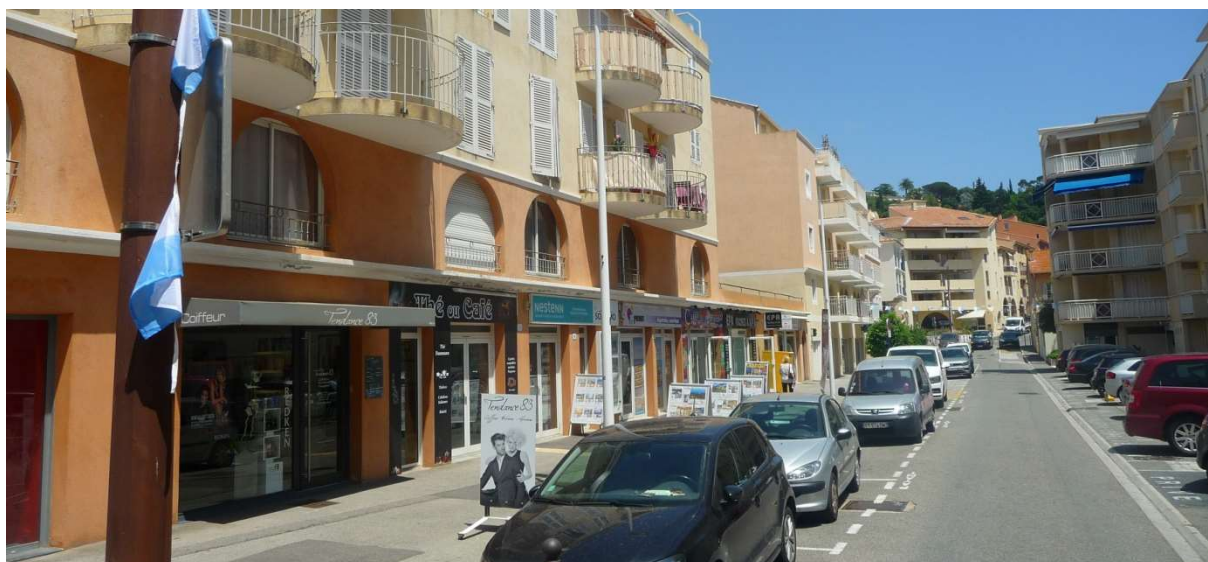
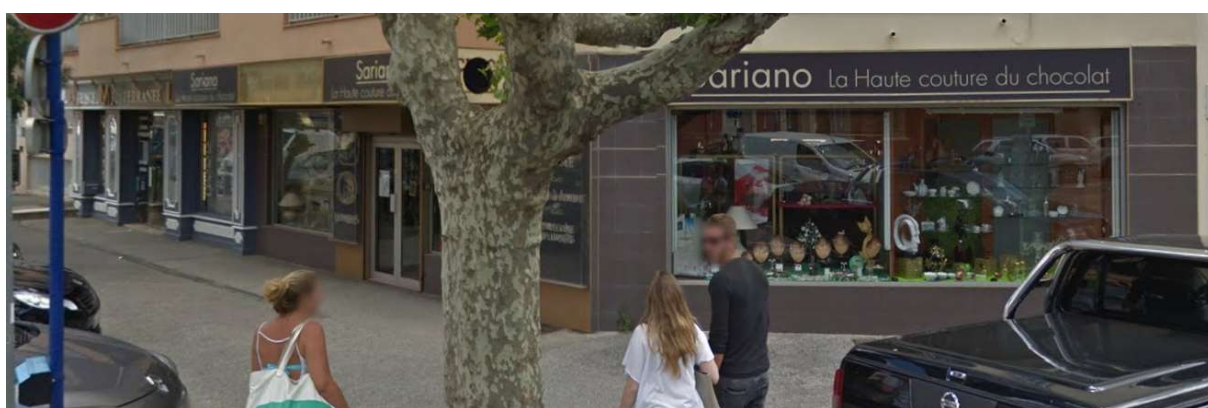


LES ATOUTS À VALORISER

- × Des enseignes en façade bien intégrées



✕ **Continuité des enseignes entre les commerces**



✕ **Utilisation des dispositifs mis en place pour implanter les enseignes**



ENJEUX

- × Intégrer les enseignes aux façades
- × Favoriser l'homogénéité des dispositifs entre les commerces
- × Faire respecter le RLP
- × Mettre en place une réglementation plus stricte favorisant la qualité des enseignes

SYNTHÈSE CENTRE-VILLE

Le centre-ville est composé de deux zones bien distinctes, aux enjeux différents. On distingue ainsi le centre ancien, dont les rues étroites sont particulièrement impactées par les enseignes en drapeau, qui encombrant l'espace et rendent ces rues étouffantes, et l'extension Ouest, dans laquelle ces dispositifs ont un impact moindre, les rues étant bien plus larges.

Le centre ancien, qui accueille de nombreux restaurants, est également très sensible à la problématique des menus et des chevalets, contrairement à l'extension Ouest.

Il est donc important de distinguer ces deux parties dans la future réglementation.

La charte de qualité des devantures maximoises est également plus adaptée au centre ancien, qui accueille davantage de terrasses qu'à son extension Ouest. Cependant, les réglementations plus restrictives sur la taille, la qualité et le nombre des enseignes sont plus adaptées que celle du RLP au niveau de ces deux zones, qui accueillent toutes deux des commerces de petite taille, et ont toutes deux des ambitions fortes de qualité.

ANALYSE JURIDIQUE

Le centre-ville est classé en zone ZPR4 du RLP. LE RLP est très permissif, autorisant tout type d'enseignes, avec pour seule limite une surface maximale cumulée de 10m².

La charte qui s'applique dans cette zone est beaucoup plus restrictive et adaptée à cette zone, où l'on trouve essentiellement de petits commerces très rapprochés. Elle limite en effet le nombre d'enseignes murales et en drapeaux à une par commerce et interdit les enseignes scellées au sol. Cette règle est particulièrement restrictive pour les commerces d'angle, qui possèdent plusieurs façades commerciales, ainsi que pour les commerces de très grande longueur.

La surface maximale cumulée est limitée à 7m², ce qui est très permissif si l'on considère la surface des façades des commerces, les 7m² cumulés étant souvent moins restrictifs que les 25% de la surface de la façade autorisés par le code de l'environnement.

La hauteur des enseignes est limitée à 60cm. La hauteur des commerces étant généralement d'environ 3m, ceci est assez permissif, et pourrait être réduit à 40cm de hauteur, comme les enseignes sur structure modulaire.

La charte limite également l'étalement des enseignes en hauteur en interdisant l'implantation d'enseignes à l'étage, et en limitant leur hauteur maximale d'implantation à 3,10m de haut. Ces deux règles sont un peu redondantes, et ne sont pas adaptées au cas des commerces dont la seule façade commerciale est implantée en façade.

PRINCIPALES INFRACTIONS

✖ Enseigne sur un arbre

Le code de l'environnement interdit la mise en place d'enseignes sur les arbres

✖ Enseignes trop nombreuses ou de trop grande surface

La charte limite le nombre d'enseignes à une enseigne murale et une enseigne en drapeau par commerce. Le code de l'environnement limite la surface des enseignes en façade à 25% de la surface de la façade commerciale pour les commerces dont la façade fait moins de 50m². De plus, la charte limite la surface cumulée des enseignes en façade à 7m².

✖ Enseignes de couleur agressive, non planes ou lumineuses

La charte précise que les enseignes doivent être planes, de forme carrée ou rectangulaire, et interdit les couleurs agressives ou fluorescentes. Les caissons lumineux sont interdits et les enseignes lumineuses soumises à autorisation.

✖ Présence de préenseignes

Les dispositifs scellés ou posés au sol (par exemple les chevalets) sur l'espace public sont des préenseignes. Celles-ci ne sont pas autorisées dans cette zone par le RLP en vigueur. Cependant, si ces dispositifs sont mis en place à l'intérieur d'une concession de l'espace public, ils sont alors considérés comme des enseignes et autorisés par le RLP en vigueur.

✖ Enseignes ne respectant pas les hauteurs d'implantation et dépassant des façades et toitures des bâtiments

Les enseignes murales ne doivent pas dépasser du mur sur lequel elles sont installées. De même, les enseignes en drapeau doivent respecter les hauteurs d'implantation définies (entre 2,50 et 3,10m), et ne doivent pas dépasser des toitures.

La charte impose également une hauteur minimale de 2,50m pour les enseignes murales. L'implantation d'enseignes à l'étage est interdite par la charte.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

La réglementation des enseignes en drapeau, ainsi que des menus et chevalets est une problématique importante du centre ancien. Les autres problèmes soulevés sont en grande partie dus au non-respect de la charte de qualité des devantures et terrasses maximoises.

LES ATOUTS À VALORISER

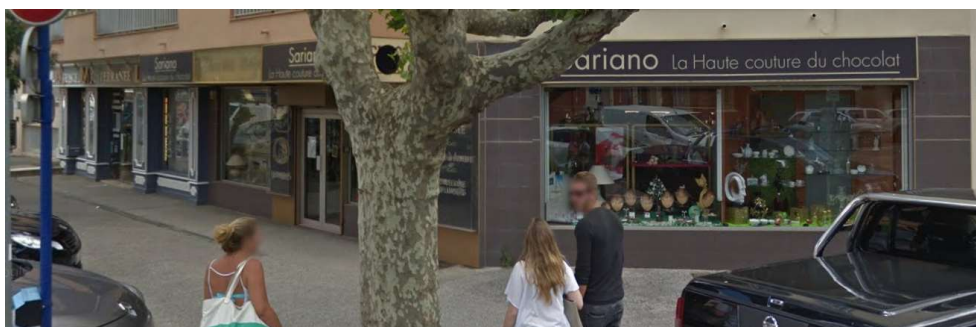
✖ Des enseignes en façade bien intégrées

Les enseignes en lettre découpées, enseignes uniques sur store, ou encore les enseignes en bandeau sur les structures modulaires sont qualitatives et respectueuses de l'architecture des bâtiments.





× Une continuité des enseignes entre les commerces



ENJEUX

- ▶ Mettre en place deux zonages distincts pour le centre ancien et son extension, qui ont des problématiques différentes
- ▶ Intégrer les dispositions de la charte au RLP afin de :
 - Favoriser des enseignes plus qualitatives en réglementant leur nombre, leur dimension, les matériaux et éventuellement les couleurs autorisées (couleurs telluriques, couleurs en harmonie avec les façades) ;
 - Adapter la surface des enseignes en proportion par rapport aux façades commerciales.
 - Favoriser la continuité des enseignes entre bâtiments

2. Littoral de Sainte-Maxime

Le littoral figure un espace à part qui doit être protégé. Ainsi, qu'il soit au niveau de l'espace urbain ou non, tout de type de publicité doit être interdit.

SITUATION GÉNÉRALE



2.1. Littoral et milieu urbain

SITUATION

Cette partie étudie le littoral en bordure du centre ancien.

Trois secteurs sont ici distingués :

- Le Secteur A, constitué de l'Avenue Charles de Gaulle (D559), qui longe le littoral et le centre-ville,
- Le Secteur B, constitué de la Plage du Casino,
- Le Secteur C, constitué du port.



SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



Le port, la plage, l'Avenue du Général Leclerc, ainsi qu'une partie de l'avenue Charles de Gaulle sont compris dans le périmètre de protection de 500m autour de la Tour Carrée. Le RLP déroge à l'interdiction publicitaire pour le mobilier urbain, qui est autorisé dans cette zone.

Le port, ainsi que les avenues qui longent le littoral, sont situés dans la zone ZPR4 du RLP en vigueur. La plage n'est comprise dans aucun zonage. Ce zonage interdit toute publicité, à l'exception de la publicité sur mobilier urbain. L'affichage de marques sur les enseignes est également interdit dans cette zone.

La réglementation pour les enseignes est assez souple. Elle ne réglemente pas leur nombre, et autorise une surface cumulée de 10m², ce qui est très permissif pour les commerces de petite taille qui se trouvent dans cette zone.

Tableau de synthèse des règles en ZPR dans le RLP de 2004

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires	Dérogatoires	
ZPR4	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. de marque : NON	Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : NON				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 100m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

ANALYSE PAYSAGÈRE

► Secteur A : Avenue du Général Leclerc et Avenue Charles de Gaulle



Cette voie, qui borde le littoral, accueille des commerces sur le linéaire qui borde le centre-ville, et s'ouvre de l'autre côté sur le port, la plage et la mer.

Avenue du Général Leclerc, de l'entrée Est au Musée de la Tour Carrée

L'entrée Est de l'Avenue du Général Leclerc est marquée des bâtiments en R+2-R+3, qui sont rapidement remplacés sur le linéaire Nord par des bâtiments imposants de très grande hauteur (R+5 à R+10), à l'architecture moderne. (1)(2)

Le rez-de-chaussée de ces bâtiments résidentiels est occupé par des commerces.





Les enseignes en façade sont bien intégrées dans l'architecture du bâtiment. Elles sont sobres et lisibles. Les enseignes en drapeau sont de petite taille et peu nombreuses. (3)



Le restaurant qui fait face à ces commerces possède quant à lui de multiples enseignes : une enseigne sur toiture, ainsi qu'une enseigne drapeau qui dépassent la hauteur du bâtiment et se découpent sur le ciel, des auvents, ainsi que des inscriptions sur les façades et les vitrines, qui cachent la façade de ce bâtiment inscrit au PLU.



Les enseignes des commerces en rez-de-chaussée d'immeubles sont bien intégrées aux façades. Sobres et de petite taille, en particulier en comparaison avec la massivité des bâtiments, elles sont pour la plupart en lettres découpées (6) (7) (9).





Seule l'enseigne d'un commerce (9) paraît un peu grande, son inscription étant écrite en très grands caractères sur un large bandeau en comparaison avec le commerce voisin.

L'enseigne en vitrine d'un commerce (5) nécessiterait d'être retravaillée pour prendre en compte l'architecture de la façade, en particulier la colonne qui la cache en partie. Cela permettrait de retirer les enseignes mises en place sur le mur devant le bâtiment, sur la colonne, ainsi qu'en haut des escaliers. Ces enseignes trop nombreuses sont redondantes.

L'enseigne en drapeau de la supérette semble être cassée (8).



Un hôtel, très en retrait par rapport à la voie, a installé une enseigne en toiture. Celle-ci, en lettre découpée et de couleur sobre, est bien intégrée. (11).

Le restaurant qui marque l'angle possède une avancée en terrasse. Celle-ci est coiffée d'enseignes-bandeaux sur structure modulaire, et s'inscrit dans l'alignement avec le commerce voisin. Les enseignes, de teintes similaires entre les deux commerces, donnent une impression de continuité. (12),





De nombreuses publicités sont installées sur mobilier urbain dans cette zone. Certaines se situent aux abords d'un monument historique, la Tour Carrée, dans son champ de visibilité. Le mobilier urbain est cependant qualitatif, et ne nuit pas à la vue sur le bâtiment. (13)



Avenue du Général Leclerc, du Musée de la Tour Carrée à l'avenue Charles de Gaulle

La portion de l'avenue du Général Leclerc, située entre le musée de la Tour Carrée et l'intersection avec le Boulevard Frédéric Mistral, qui fait face au port, est composée de bâtiments plus bas (R+2/R+3), d'architecture provençale, dont les commerces en rez-de-chaussée possèdent une avancée en terrasse (14).



Ces avancées en terrasse sont coiffées par des enseignes bandeau en alignement. Cela donne une impression d'homogénéité, et s'intègre bien par rapport aux façades des bâtiments. (15).

On note toutefois la présence d'un parasol devant le glacier, peu qualitatif, qui a pour fonction d'attirer l'attention sur le commerce.



La place Victor Hugo, plus en retrait par rapport à l'axe de la route, crée une respiration dans le linéaire. Elle est occupée par des terrasses abritées par des parasols. Ceux-ci, moins qualitatifs que les avancées sous forme de structure auvent sont cependant assortis au sein d'un même commerce, et comportent peu d'inscriptions. Un peu hauts, ces parasols cachent les enseignes des restaurants. (15)



Les restaurants ont installé de nombreux chevalets et menus, qui masquent en partie la terrasse. Ceux-ci sont de qualité variable. Il faut éviter les menus de type « Menus Boards », qui sont peu qualitatifs. (17).



De l'autre côté de la place Victor Hugo, on retrouve l'alignement des avancées de terrasses, surmontées par des enseignes-bandeaux. Cet ensemble très qualitatif et harmonieux

souligne la voie. Il est cependant marqué par quelques enseignes assez vives, qui ressortent parmi les autres enseignes (18) (19). On note également la présence d'une préenseigne scellée ou posée au sol de couleur vive, peu qualitative.



La pharmacie, ainsi que l'opticien, possèdent tous deux une enseigne à l'étage, dont l'une masque une ouverture. Ces enseignes sont peu intégrées à l'architecture des immeubles. (20).

Avenue Charles de Gaulle

L'avenue Charles de Gaulle est située face à la plage du Casino. Elle est composée d'une petite partie pavillonnaire résidentielle avec jardins sur sa partie Est, puis de bâtiments résidentiels en R+4 avec commerces au rez-de-chaussée. (21)



Cette avenue est particulièrement impactée par l'hétérogénéité des enseignes au sein des commerces, ainsi que la taille démesurée de certaines enseignes de façades.

À l'entrée Est de la rue, les enseignes en façade sont plutôt bien intégrées (22) (23) (24). De forme rectangulaire, elles s'adaptent bien à l'architecture des bâtiments.





On notera cependant :

- Le drapeau posé au sol devant la supérette, peu qualitatif (24)
- L'enseigne démesurée de l'agence immobilière



- Les enseignes multiples et redondantes du commerce d'assurance, qui masquent en partie la façade (23)



La deuxième partie de l'avenue ne montre ni une homogénéité d'ensemble, ni une homogénéité au sein même des bâtiments. Elle est très impactée par les enseignes de grandes tailles et peu qualitatives.

On note notamment sur la photo ci-dessous (25) :

- Des enseignes en façades multiples hétérogènes et de couleur vive (magasin de sushi)
- Des enseignes de taille démesurée (enseigne en façade de la crêperie, enseigne qui masquent toute la façade de la serrurerie)



Ces problématiques se retrouvent à plusieurs endroits de l'avenue.





On notera notamment :

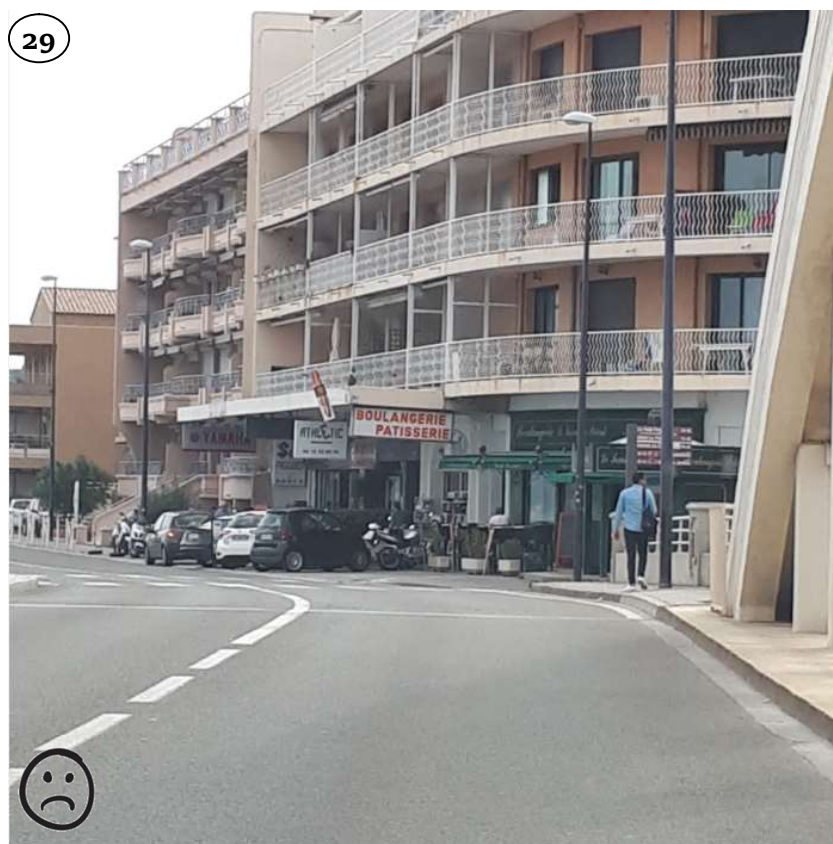
- La façade du magasin de photos, entièrement masquée par les enseignes et les inscriptions (26)
- Les deux enseignes lumineuses dépareillées du bureau de tabac (26).
- Les enseignes multiples et de couleur criarde de la laverie automatique (27)

Secteur commercial entre la RD559 et la RD25

Ce secteur, situé entre la RD559 et la RD25 est composé de bâtiments en R+4, d'architecture moderne, accueillant des commerces en rez-de-chaussée. (28)



Il est particulièrement marqué par une profusion d'enseignes perpendiculaires au bâtiment de grande taille, en saillie excessive par rapport à la façade. Cette profusion d'enseignes perpendiculaires cache la façade des commerces, et provoque une saturation visuelle qui rend l'ensemble moins lisible. (29) (30)



Ces enseignes ont été implantées sous une avancée en saillie par rapport aux balcons. Cette avancée casse l'alignement de la façade et impacte visuellement l'architecture du bâtiment.

Certaines enseignes en façade ont été bien travaillées, et s'intègrent bien à la façade. (31)



Cependant, certaines façades sont recouvertes d'enseignes dépareillées, sans harmonie de forme ou de couleur (32), et qui recouvrent une trop grande surface du commerce (33) (34).

On note également des enseignes de couleurs criardes ou fluorescentes³³ (34), ou de forme bombée, assez peu intégrée à l'architecture du bâtiment (32) (34).



Une préenseigne (35) a été mise en place à l'entrée du pont et indique les différents commerces. Cette préenseigne possède de nombreuses lattes, ce qui rend l'ensemble illisible. Il faudrait privilégier les SIL mises en place par la commune.

► Secteur B : La plage du centre-ville (Grands Bains publics)



La plage du centre-ville, ou plage du Casino Barrière, tient son nom du Casino, bâtiment protégé à l'architecture remarquable, derrière lequel elle se situe. Cette plage accueille plusieurs restaurants.

Le Casino Barrière

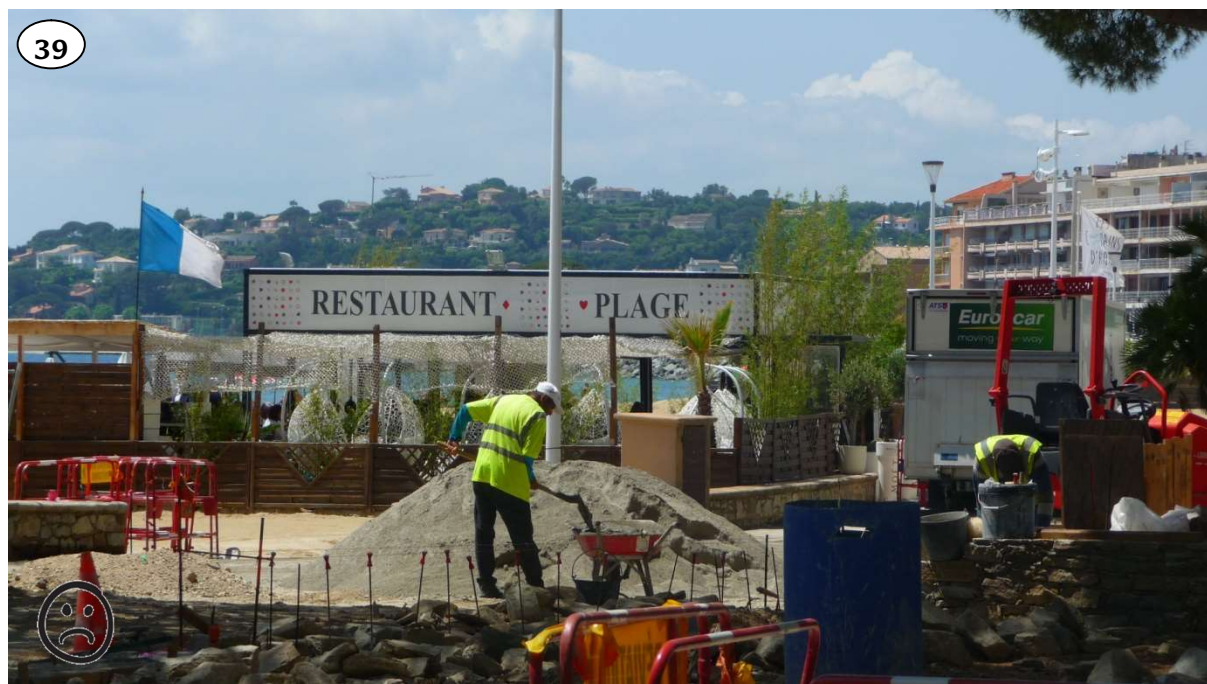
Le Casino Barrière, situé en bordure de la plage, est un bâtiment à l'architecture remarquable, classé au PLU. Il doit ainsi faire l'objet d'une attention particulière, pour mettre en valeur son architecture.

Il possède une enseigne très qualitative, en lettres découpées, qui met en valeur son fronton, qui surmonte des colonnes. Cependant, de nombreuses autres enseignes de couleur vive et de grande taille ont été mises en place sur le bâtiment, notamment sur ces colonnes, qu'elles masquent complètement. (37)



Les restaurants de la plage

La plage offre un superbe panorama sur une colline boisée, parsemée de villa, qui s'élève depuis la mer. Cependant, ce panorama est impacté par des enseignes scellées au sol et drapeaux, qui se découpent sur l'arrière-plan(39) (40).



Les restaurants de la plage ont travaillé sur l'intégration de leurs enseignes en façade.

Un restaurant a choisi une unique enseigne sur façade en bois, qui s'intègre parfaitement à la façade de ce bâtiment en bois. (41)



L'autre restaurant possède deux enseignes. L'une, implantée sur sa véranda, dépasse un peu sur les façades, ce qui donne un rendu peu qualitatif. L'enseigne en façade, en lettres découpées, est assez qualitative malgré sa couleur vive, et s'intègre bien à la façade en bois. (42)

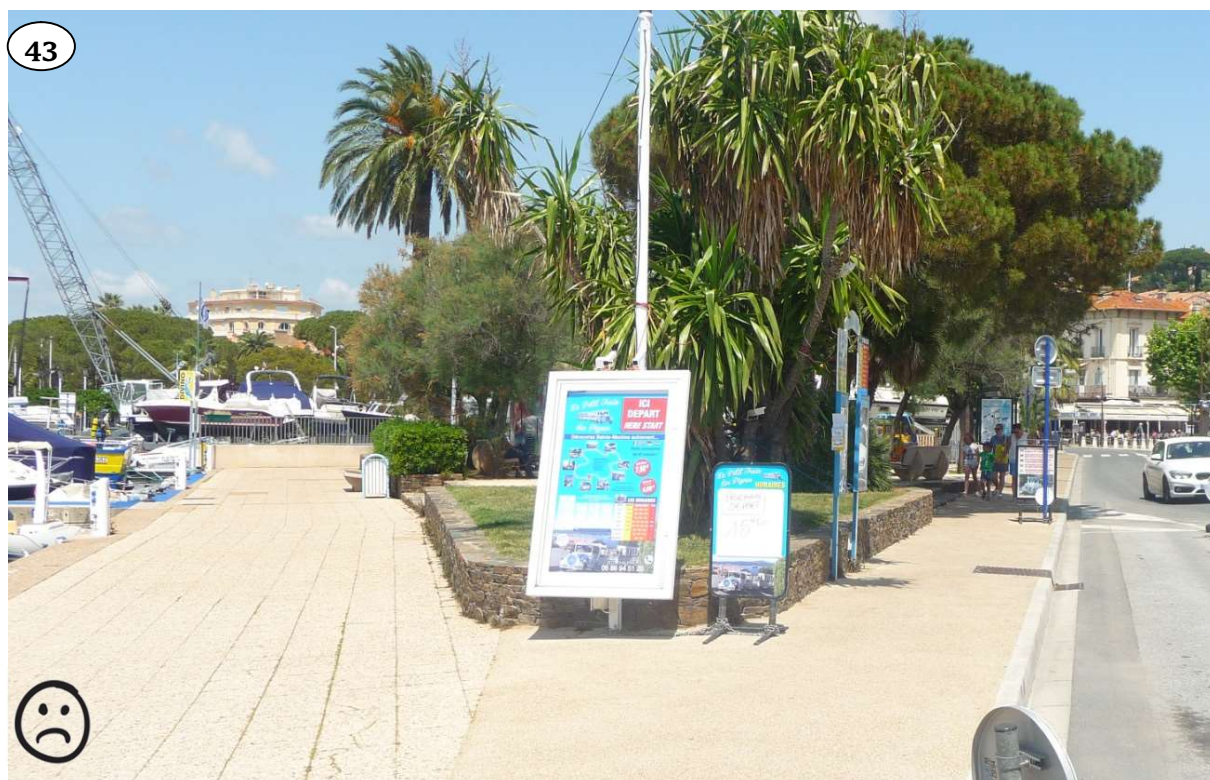


► Secteur C : Le Port – Quai Léon Condovet



Le Port accueille quelques commerces, ainsi qu'un restaurant de très grande taille : l'Amiral, situé sur le quai central. La plupart des commerces sont situés au rez-de-chaussée de ce dernier.

Le port offre un panorama sur la mer et les collines en arrière-plan. Cette vue est cependant impactée par la présence d'enseignes, préenseignes et affiches de grande taille qui parsèment le paysage. (43)



Un restaurant est visible de loin, notamment à cause de la présence de ses grands parasols bleu-vif. Situé en hauteur, il surplombe le port de sa forme massive (44).



Il cumule de plus les enseignes en façade et en toiture de grande taille. Ces grandes enseignes sont d'autant plus imposantes qu'elles se situent en hauteur par rapport à la voie publique. (45) (46) (47) La surface cumulée de ces enseignes dépasse de plus largement les 10m² autorisés par le RLP.

Les enseignes sur clôture non aveugles sont très peu qualitatives.





Le restaurant possède également une enseigne lumineuse de grande taille, allumée en pleine journée (48).

L'ensemble des commerces du port a adopté des enseignes de couleur bleu vif et jaune fluorescent, assez peu qualitatives. (48) (49) (50)

Le nom des commerces est indiqué de façon unique sur les stores-bannes ou sur des enseignes rectangulaires, conformément à la charte. (40) (41)

Ces commerces sont cependant très peu visibles depuis les voies publiques.





On note la présence de grandes préenseignes scellées au niveau du port, qui se découpent sur le paysage (50) (51)

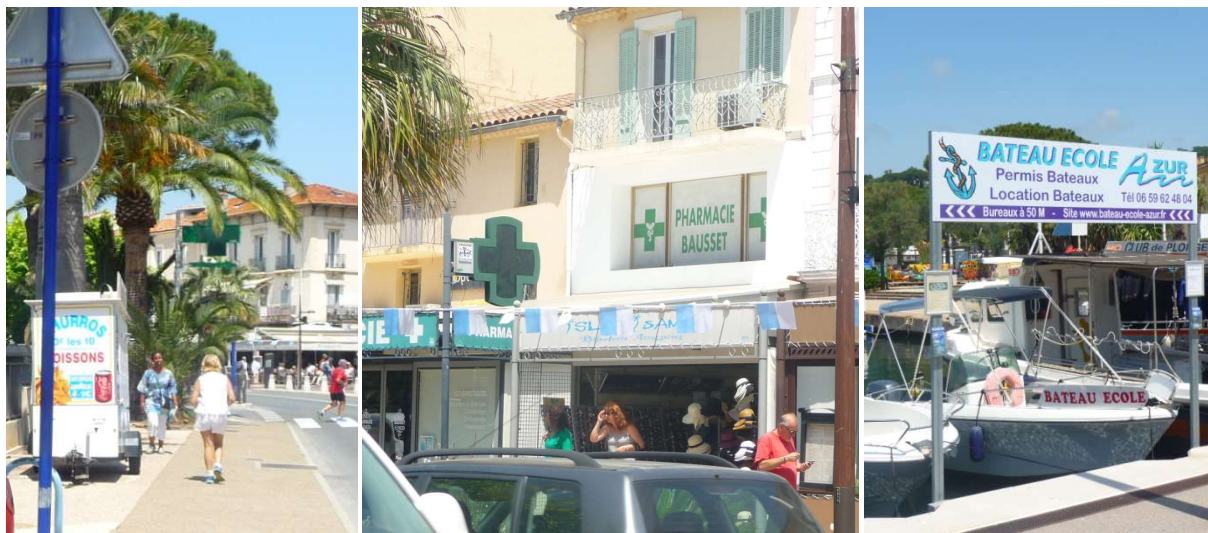
Le petit train est un commerce spécial, puisqu'il ne possède pas de bâtiment dédié pour la vente de ses tickets. Il paraît acceptable qu'une enseigne soit mise en place au niveau de son emplacement de stationnement. (53) Cependant, la préenseigne posée au sol sur le trottoir, enchaînée à un panneau de signalisation devrait être enlevée. (54)



ANALYSE JURIDIQUE

Infractions constatées :✕ **Présence de préenseignes**

Les préenseignes sont interdites par le RLP au même titre que la publicité dans cette zone.

✕ **Enseignes recouvrant la totalité des façades**

La surface cumulée des enseignes en façade doit représenter 25% maximum de la surface de la façade. Le RLP limite de plus la surface cumulée à 10m². La charte restreint cette surface à 7m².





× Enseignes mal entretenues



× Enseignes perpendiculaires en saillie de plus d'1m



Le RLP limite la saillie des enseignes perpendiculaires à 1m.

× Présence de nombreuses enseignes supportant de l’affichage de marques



Le RLP interdit l’affichage de marques sur les enseignes en zone ZPR4.

Le littoral au droit du centre-ville est réglementé en ZPR4. Cette réglementation, qui interdit la publicité, est très permissive au sujet des enseignes, avec une autorisation de 10m² de surface cumulée, ce qui représente une grande proportion des façades des commerces, de petite taille dans cette zone.

Au niveau de l’avenue du Général Leclerc, la plupart des commerces semblent respecter les préconisations de la charte de qualité pour les devantures, même si celle-ci ne s’applique pas dans cette zone. Le rendu est très qualitatif, la charte, assez restrictive, étant bien adaptée à cette zone. Ses préconisations devraient donc être intégrées au RLP pour cette zone.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

× Enseignes scellées au sol qui se découpent sur le panorama



× **Enseignes multiples, non planes, de couleurs criardes non homogènes**

Ces enseignes mettent peu en valeur les bâtiments.



× **Présence de SIL trop nombreuses**



Le groupement de SIL les rend illisibles.

× **Réglementation pour l'enseigne du petit train**

✕ Enseignes en bandeau sur structures modulaires

Ces enseignes en bandeau donnent une impression de continuité des commerces, et créent une harmonie d'ensemble.



✕ Des enseignes adaptées aux façades et à l'architecture des bâtiments



Les enseignes en lettres découpées, ou le choix d'un matériau assorti à la façade permet une bonne intégration des enseignes et met en valeur l'architecture des bâtiments.



ENJEUX

- × Protection des vues sur les panoramas et les monuments à architecture remarquable
- × Homogénéisation des enseignes des commerces pour une meilleure harmonie intra et intercommunes
- × Intégrer cette zone au périmètre de la charte

2.2. Littoral et milieu périurbain à naturel

SITUATION GÉNÉRALE

Cette partie étudie le littoral de part et d'autre du centre ancien.

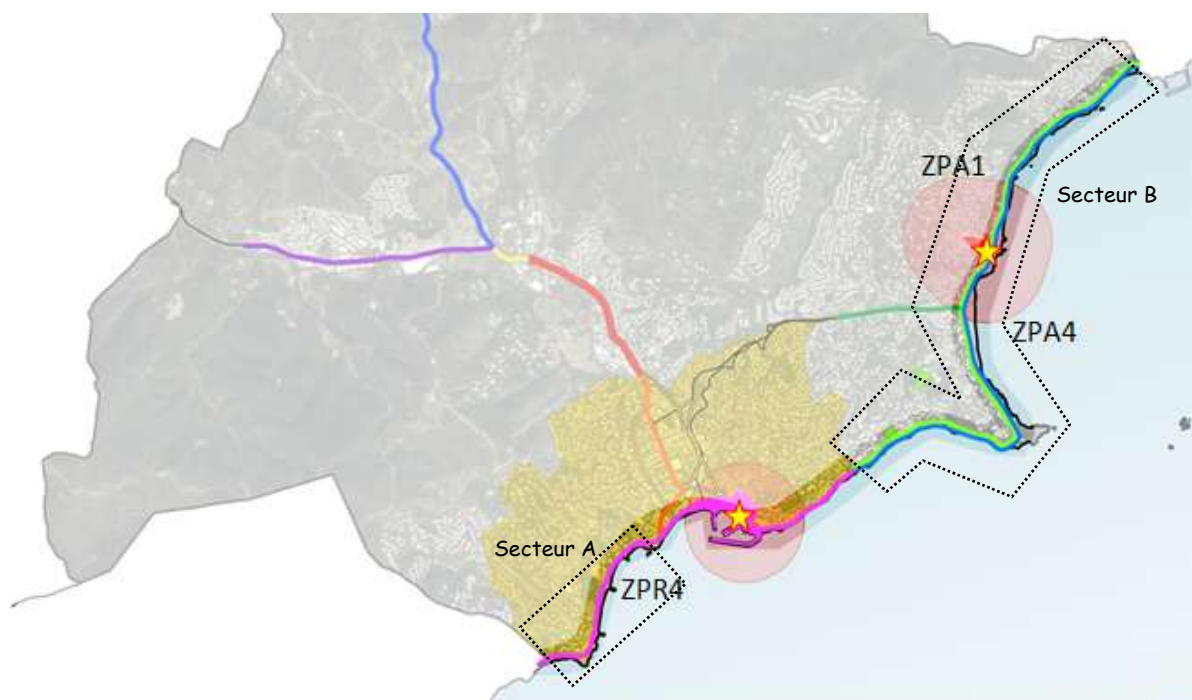
Sont ici distingués les secteurs :

- A, constitué du littoral situé à l'ouest du centre ancien
- B constitué du littoral à l'est du centre ancien.

Ces deux secteurs constituent les entrées Ouest et Est de la commune de Sainte-Maxime.



SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



Le secteur A est situé dans la zone ZPR4 du RLP en vigueur.

La réglementation de la ZPR4 interdit toute publicité, à l'exception de la publicité sur mobilier urbain. L'affichage de marques sur les enseignes est également interdit dans cette zone.

La réglementation pour les enseignes est assez souple. Elle ne réglemente pas leur nombre, et autorise une surface cumulée de 10m². Les commerces de cette zone, essentiellement des hôtels et restaurants de plage, sont de taille assez modeste. Cette surface n'est donc pas très restrictive.

Au niveau du secteur B, les zones ZPA4 et ZPA1 sont situées de part et d'autre de la route D559. La zone ZPA4 est située du côté « littoral » de la route, la zone ZPA1 côté « ville ».

Au niveau de la pointe des Sardinaux se trouve le site inscrit « Terrains du Cap des Sardinaux ». Cette partie du littoral accueille également quelques éléments bâtis protégés, dont le monument historique de la Villa Bellevue et son parc. Aux abords de ce monument, dans une zone de 500m autour, ainsi que dans le site inscrit, toutes publicités ou préenseignes sont interdites sauf dérogation par le RLP, et les enseignes sont soumises à autorisation préalable après accord de l'ABF.

Le règlement de la ZPA4 interdit toutes les publicités, ainsi que les publicités de marque sur enseignes. La réglementation pour les enseignes est par ailleurs la même que celle de la ZPR4.

Le règlement de la ZPA1 est le même que celui de la ZPA4, hormis l'autorisation d'installer des publicités sur mobilier urbain.

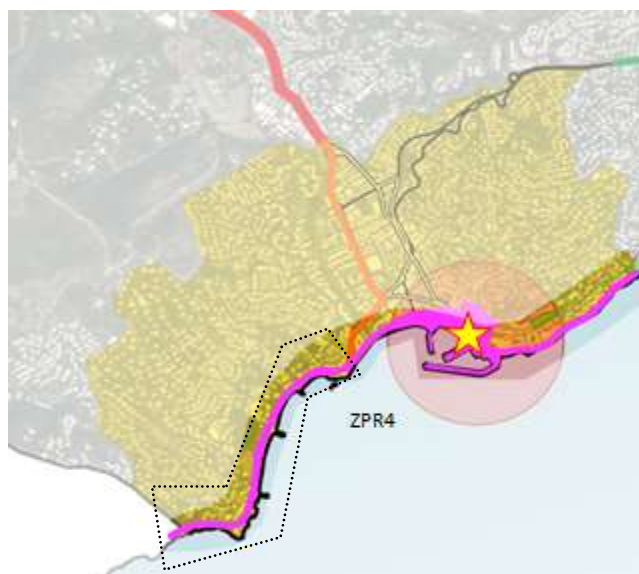
Tableau de synthèse des règles en ZPR4 et ZPA1 et 4 dans le RLP de 2004

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires	Dérogatoires	
ZPR4	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. de marque : NON		Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : NON			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 100m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires	Dérogatoires	
ZPA1	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face) hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 4 / manifestation 2 / opération	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 2 / établissement
	Aff. de marque :NON		Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : NON			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		
ZPA4	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face) hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Interdit	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. de marque :NON		Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : NON			Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

► Secteur A : Zone littorale Ouest de Sainte-Maxime

SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



Le littoral Ouest se trouve dans la zone ZPR4 du RLP en vigueur. La publicité y est interdite, excepté sur le mobilier urbain. La réglementation des enseignes est permissive, et autorise 10m² de surface cumulée, et 4m² pour les enseignes scellées (2m² si doubles faces sans limitation de nombre).

SITUATION

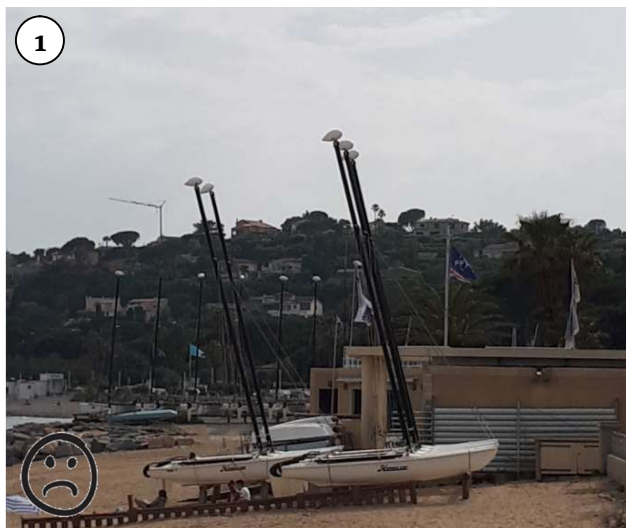


Le secteur du littoral Ouest de Sainte-Maxime suit l'axe de la RD559, entre le cours d'eau le Préconil et la Grande Pointe, à la sortie de l'agglomération de Sainte-Maxime.

Il est composé d'un secteur commercial au rez-de-chaussée de bâtiments R+4 situé entre les axes de la RD559 et la RD25, puis d'une zone résidentielle pavillonnaire qui longe le littoral depuis la Pointe de la Croisette. Cette zone pavillonnaire accueille quelques commerces, majoritairement restaurants et hôtels, situés en retrait de l'axe routier.

ANALYSE PAYSAGÈRE

Le littoral qui borde le secteur pavillonnaire est marqué par la présence de drapeaux de haute taille qui se découpent sur le ciel et impactent le paysage. (1) (2)

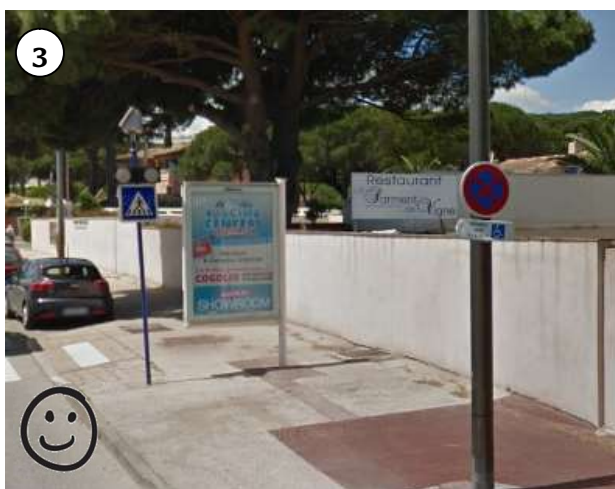


Les commerces ne sont pas visibles depuis la route, et utilisent des enseignes nombreuses et de grande taille pour augmenter leur visibilité.

L'enseigne scellée sur la photo (3) est assez qualitative. De couleur sobre, de petite taille, elle dépasse peu du mur, mais reste bien visible depuis l'axe routier.

Ce n'est pas le cas des enseignes sur la photo (4). En grand nombre, de grand format et en hauteur, leur accumulation rend l'ensemble moins lisible.

L'ensemble gagnerait en lisibilité et en qualité si une seule enseigne était installée pour chaque commerce, ainsi qu'en installant des enseignes plus sobres.





Un effort a été fait au niveau de l'enseigne d'un hôtel, avec la mise en place d'une enseigne en lettres découpées, perméable au regard. Cette enseigne est cependant de très grande taille, et manque de sobriété. (5)

Au niveau de la station-service (6), l'enseigne sur la structure protectrice, ainsi que l'enseigne indiquant les prix sont assorties et bien intégrées. Cependant, de nombreuses autres enseignes (enseigne en drapeau « Speedy », enseigne sur la façade du bâtiment, enseignes directionnelles vertes, ainsi que les drapeaux) sont de trop.





On note la présence de publicité et préenseignes sur la clôture non aveugle des cours de tennis, ce qui empêche la perméabilité sur l'intérieur du terrain. (7)

De nombreux supports publicitaires ont été installés le long de la RD559. Ce mobilier urbain est sobre et homogène. Cependant, certains dispositifs sont installés sur des trottoirs assez étroits, et peuvent gêner le passage.



ANALYSE JURIDIQUE

Infractions constatées :

✕ Enseignes de trop hautes

La hauteur des enseignes scellées au sol est limitée à 3m par le RLP.



✕ Préenseignes sur clôture non aveugle



Les préenseignes sur clôtures non aveugles, de même que les publicités, sont interdites par le code de l'environnement.

Le littoral Ouest, à partir de la Pointe de la Croisette, n'éprouve pas les mêmes problématiques que le littoral du centre-ville. Il est cependant soumis à la même réglementation, se trouvant également en zone ZPR4. Cette partie du littoral est beaucoup moins fréquentée par les piétons, et a donc besoin de plus de visibilité depuis l'axe routier. Il est composé de restaurants de plage situés en contrebas de l'axe routier sur le linéaire sud, et d'hôtels et de quelques commerces situés en retrait de la route derrière des murs assez hauts sur le linéaire Nord. Les bâtiments étant peu visibles, ces commerces utilisent des enseignes scellées au sol de grande hauteur pour gagner en visibilité. Ces enseignes scellées au sol nécessitent donc une attention particulière pour la prochaine réglementation, en particulier pour limiter leur hauteur et leur nombre. La mise en place d'enseignes sur les murs qui limitent les propriétés peut être une autre solution et doit également être réglementée. Cette zone devrait faire l'objet d'un zonage différent du littoral du centre-ville dans le RLP.

PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

- × Un paysage littoral impacté par les enseignes scellées au sol de trop grande taille et les drapeaux
- × Un non-respect du RLP

LES ATOUTS À VALORISER

- × Des enseignes de qualité



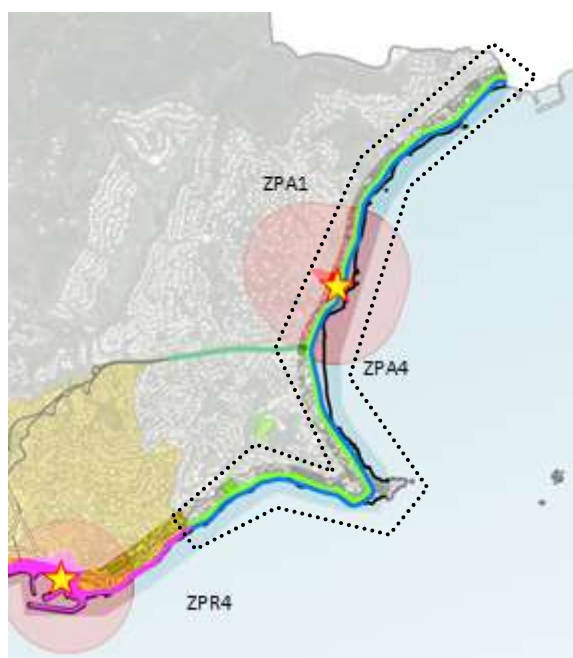
Les enseignes en lettres découpées ou peintes intégrées aux façades sont à valoriser. L'enseigne scellée du restaurant, de petite taille et discrète est un bon moyen d'indiquer le commerce qui n'est pas visible depuis la route.



ENJEUX

- × Rendre visibles les commerces en retrait par rapport à l'axe routier sans avoir recours à des enseignes de grande taille
- × Préserver le paysage littoral en enlevant les enseignes de grand format et en hauteur
- × Mettre en place une réglementation spécifique à cette zone, distincte de celle du littoral centre-ville

► Secteur B : Zone littorale Est de Sainte-Maxime

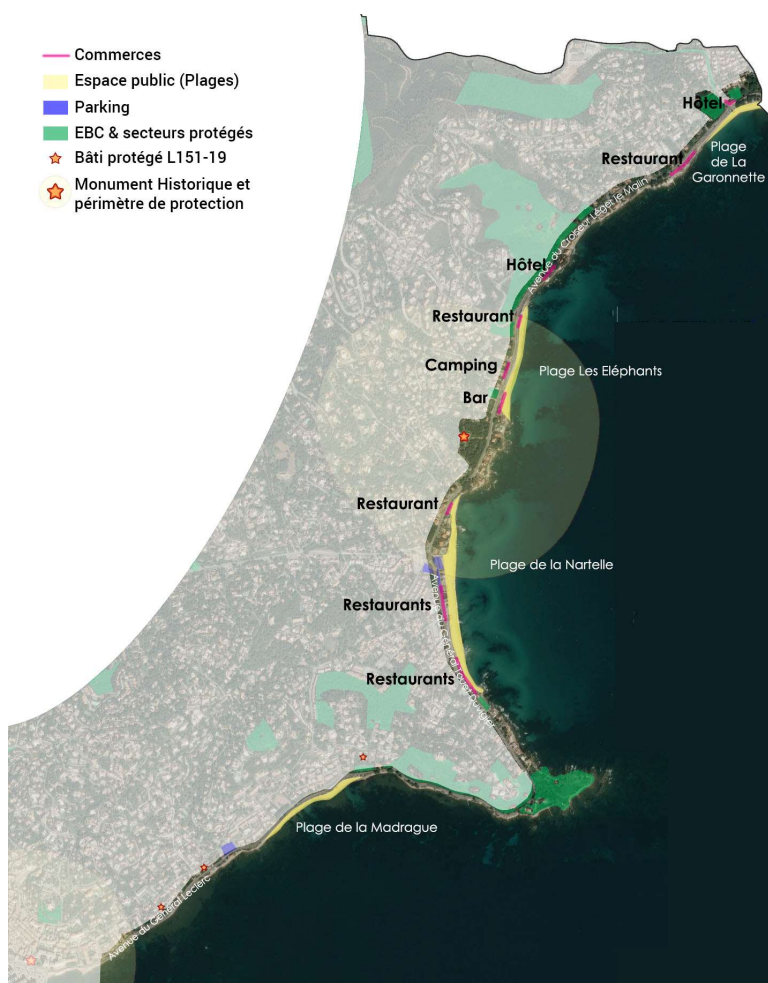


Le littoral Est se trouve dans la zone ZA4 côté mer, et ZPA1 côté ville, du RLP en vigueur.

La publicité est totalement interdite en zone ZPA4, mais est autorisée sur mobilier urbain en zone ZPA1.

La réglementation des enseignes est permissive, et autorise 10m² de surface cumulée, et 4m² pour les enseignes scellées (2m² si doubles faces) sans limitation de nombre.

SITUATION



Ce secteur suit le littoral depuis l'Est du port au panneau fin d'agglomération au niveau de la plage de la Garonnette.

La première partie du littoral, du port à la Pointe des Sardinaux, est une zone pavillonnaire. Celle-ci ne dispose pas de commerce et est bien préservée de la publicité.

Les Terrains du Cap des Sardinaux constituent un site inscrit.

La deuxième partie du littoral, de la Pointe des Sardinaux à la limite de l'agglomération est bordée par des plages. De bars, restaurants, hôtels et campings sont installés le long de cette partie, plus touristique. C'est cette partie que nous étudierons en particulier.

Le littoral est impacté par le périmètre de protection de la Villa Bellevue, classée monument historique, située Avenue du Croiseur Léger Le Malin, entre les plages de la Nartelle et des Éléphants.

ANALYSE PAYSAGÈRE

Le paysage du littoral Est est particulièrement impacté par des dispositifs de grande hauteur, qui se découpent sur les collines côtières, et saturent les panoramas. (1)



On note notamment la présence de nombreux drapeaux colorés de grande hauteur, qui défigurent le paysage. (2)

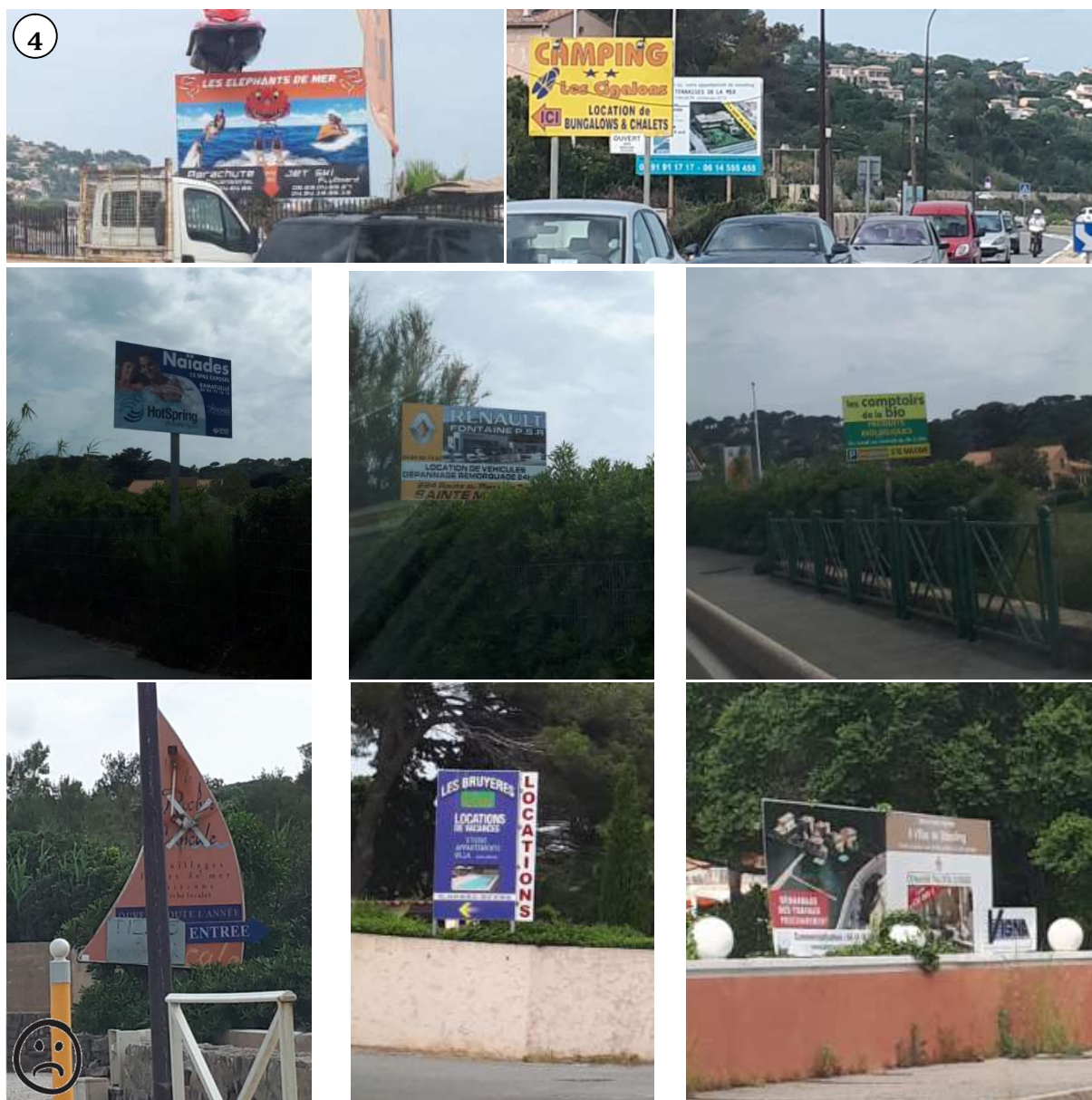




Des parasols sont également utilisés comme enseignes à l'entrée des commerces. De couleurs vives, ils constituent des dispositifs peu qualitatifs.



Le paysage est également grandement impacté par la présence d'enseignes et préenseignes scellées au sol de grande taille, hautes, hétérogènes, et de couleurs criardes. (4)





Le restaurant (5), a mis en place de nombreuses enseignes de couleur criarde en façade du bâtiment. Ces enseignes, sont de plus mal intégrées, elles dépassent des façades ou sont installées sur des clôtures non aveugles. Elles s'ajoutent aux enseignes scellées (drapeaux et totem) et parasols mis en place à l'entrée du parking.

Cet ensemble gagnerait grandement en qualité en réduisant son nombre d'enseignes, tant en façade qu'en entrée de parking, et en adaptant les enseignes à l'architecture du bâtiment.

De même, un autre restaurant (6) (7) cumule les enseignes, avec plusieurs enseignes en façade, une enseigne bandeau, 3 au sol dont un drapeau de grande hauteur, ainsi qu'un parasol à l'entrée. L'ensemble de ces enseignes est de plus assez hétérogène, sans grande harmonie de forme et de couleur. De plus, une enseigne en façade dépasse de celle-ci. Ce restaurant n'est pas installé en retrait par rapport à la route, le bâtiment est bien visible. Il est donc inutile d'installer les enseignes scellées au sol, ainsi que le parasol, ainsi que l'enseigne bandeau, les enseignes en façade étant suffisantes. De plus, l'enseigne en façade sur la photo (7) nécessiterait d'être mieux intégrée à l'architecture du bâtiment.



Un hôtel (8) possède également des enseignes scellées au sol trop nombreuses, avec la présence de drapeaux et d'une enseigne affichant des marques, sans harmonie d'ensemble. L'enseigne scellée au sol indiquant le nom de l'hôtel est un peu grande, et haute. Une enseigne lumineuse est installée en façade. Une enseigne éclairée par des spots serait plus qualitative.



L'hôtel (9) possède une enseigne plutôt bien intégrée à la façade au niveau de sa forme et de sa couleur. Cette enseigne est cependant un peu grande, et gagnerait à être installée plus bas, en bandeau, au-dessus de l'avancée en tuile du rez-de-chaussée. Les deux enseignes en drapeau sont inutiles. Installées trop en hauteur, elles dépassent du toit et se découpent sur le paysage en arrière-plan.

Certains commerces adoptent des enseignes de trop grande taille. C'est le cas de l'agence immobilière (10) ainsi que d'un restaurant (11).

L'enseigne de l'agence immobilière est particulièrement mal intégrée à la façade. Elle est plane, installée au premier étage sur un balcon non aveugle de forme arrondie. Cette enseigne devrait être installée en bandeau au rez-de-chaussée à la place de l'auvent.

L'enseigne du restaurant s'adapte à la forme de la façade, mais devrait être moins haute et adopter des caractères de plus petite taille.



Des enseignes en toiture ont été installées au niveau d'un restaurant (12) et d'un hôtel (13). L'enseigne en lettres découpées de l'hôtel, qui permet la perméabilité du regard, s'intègre mieux dans le paysage que celle du restaurant, qui se découpe sur l'arrière-plan.



Certains restaurants de plage ont adopté une présentation très qualitative, avec des enseignes sous forme d'auvents (14) (15) (16). Ces auvents, discrets, s'intègrent bien dans le paysage et indiquent lisiblement les commerces situés en contrebas.



L'auvent du restaurant (17) est cependant de couleur trop vive, et s'inscrit moins bien dans le paysage. De plus, l'enseigne en entrée du parking est trop grande, trop haute, et également de couleur trop vive. Il faudrait privilégier des enseignes plus petites et moins hautes, comme celles du restaurant Mario Plage (18), qui restent bien visibles et s'insèrent mieux dans le paysage.



ANALYSE JURIDIQUE

× Présence d'enseignes scellées au sol trop hautes

Le RLP limite la hauteur des enseignes scellées au sol à 3m.



× Enseignes de trop grande taille

La taille des enseignes en façade est limitée à 25% de la surface de la façade pour les façades de taille <50m².



× Présence d'enseignes en toiture

Les enseignes en toitures sont soumises à autorisation, ne doivent pas dépasser le faîtage du toit, et doivent être en lettres découpées.



× Présence de préenseignes

Les préenseignes sont interdites dans cette zone.



Le littoral Est est situé en zone ZPA1 sur son linéaire Nord, qui accueille très peu de commerces, et ZPA4 sur son linéaire Sud, qui accueille des hôtels et restaurants de plage.

La publicité est interdite dans ces deux zones, mais le RLP est très permissif au sujet des enseignes, ne restreint pas leur nombre, et autorise une surface cumulée de 10m². La charte de qualité des devantures maximoises ne s'applique pas à cette zone. Cette zone est pour l'essentiel composée de restaurants de plages situés en contrebas, ou en retrait par rapport à l'axe routier. Certains bâtiments sont bien visibles depuis la route, d'autres ne le sont pas du tout. On voit ainsi proliférer les enseignes scellées au sol de grande hauteur, en particulier des drapeaux dans cette zone. Ceux-ci ne respectent pas la hauteur prescrite par le RLP, qui n'est de plus pas suffisamment restrictive. Les bâtiments visibles depuis la route accumulent de plus les enseignes de grande taille. Il est nécessaire de durcir les règles dans cette zone, en limitant le nombre d'enseignes par type et par commerce, et en restreignant davantage la taille ainsi que la hauteur de ces enseignes. Des règles concernant les couleurs des enseignes sont également à prévoir, afin que celles-ci s'harmonisent bien avec le paysage, qui propose de magnifiques panoramas.

PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

- × Des enseignes scellées au sol trop nombreuses et de trop grande taille et hauteur



- × Utilisation abusive des parasols en enseigne



- × Présence de préenseignes et enseignes de grand format le long de l'axe routier





- × Des enseignes en façade mal intégrées et trop nombreuses



LES ATOUTS À VALORISER

- × Des enseignes auvent servant d'enseignes bien intégrées dans le paysage



- × Des enseignes scellées au sol basses, de petite taille et sobres



SYNTHÈSE LITTORAL

Le littoral se compose de trois parties :

- La zone littorale qui borde le centre-ville, le port et la plage du centre-ville, très fréquentée par les piétons. Cette zone est dans l'ensemble bien intégrée dans le paysage, avec la mise en place d'enseignes de qualité. Ce secteur constitue la continuité du centre-ville, et accueille de nombreuses avancées en terrasse. Il devrait en ce sens être inscrit dans le périmètre de la charte de qualité des devantures et terrasses.

- La zone littorale Est, composée d'hôtels en retrait de l'axe routier, dissimulés derrière un mur assez haut sur le linéaire Nord, et de restaurants de plage situés en contrebas de l'axe routier sur le linéaire Sud. Cette zone est impactée par les enseignes scellées au sol de haute taille.

- La zone littorale Ouest, également composée de restaurants de plage en retrait de l'axe routier sur son linéaire Sud, et également impactée par les dispositifs scellés de haute taille. Cette zone est également impactée par un nombre important d'enseignes de grande taille sur les bâtiments visibles depuis l'axe routier.

Les deux dernières zones sont très peu piétonnes, et la visibilité des commerces depuis la route est une problématique centrale pour les commerces dans ces zones.

ANALYSE JURIDIQUE

Le littoral est composé de 3 zones très différentes les unes des autres. Cependant, la réglementation du RLP regroupe le littoral Ouest et le littoral qui borde le centre-ville dans la même réglementation. Pourtant, ces deux zones n'ont pas du tout les mêmes fonctionnalités, le littoral bordant le centre-ville étant une continuité de celui-ci, avec les mêmes types de commerces, et beaucoup de circulation piétonne, alors que le littoral Ouest est essentiellement composé de commerces peu visibles, en retrait depuis la voie, et avec peu de circulation piétonne. Il est donc important de différencier ces deux zones, afin de proposer une réglementation adaptée à chacune d'elle, ainsi que d'intégrer le littoral du centre-ville au périmètre de la charte, qui est bien adaptée à ce secteur.

La réglementation des littoraux Est et Ouest doit se concentrer sur les enseignes scellées au sol, principaux dispositifs utilisés pour mettre en valeur ces commerces en retrait par rapport à la voie, afin de limiter leur impact sur le panorama, et de proposer des dispositifs qualitatifs, adaptés au secteur.

PRINCIPALES INFRACTIONS

Les principales infractions au RLP sont les suivantes :

× Présence d'enseignes scellées au sol trop hautes

Le RLP limite la hauteur des enseignes scellées au sol à 3m.

× Enseignes de trop grande taille

La taille des enseignes en façade est limitée à 25% de la surface de la façade pour les façades de taille <50m².

× Présence d'enseignes en toiture

Les enseignes en toitures sont soumises à autorisation, ne doivent pas dépasser le faîtage du toit, et doivent être en lettres découpées.

- × **Présence de préenseignes**

Les préenseignes sont interdites dans cette zone.

- × **Véhicule publicitaire en stationnement visible depuis la voie**
- × **Enseignes mal entretenues**

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

- × **Un paysage littoral impacté par les enseignes de trop grande taille et les drapeaux**
- × **Utilisation abusive des parasols en enseigne**
- × **Présence de préenseignes et enseignes de grand format le long de l'axe routier**
- × **Des enseignes en façade mal intégrées et trop nombreuses**

LES ATOUTS À VALORISER

- × **Enseignes en bandeau sur structures modulaires**

Ces enseignes en bandeau donnent une impression de continuité des commerces, et créent une harmonie d'ensemble.



- × **Des enseignes adaptées aux façades et à l'architecture des bâtiments**



Les enseignes en lettres découpées, ou le choix d'un matériau assorti à la façade permet une bonne intégration des enseignes et met en valeur l'architecture des bâtiments.



- × Des auvents servant d'enseignes bien intégrés dans le paysage



- × Des enseignes scellées au sol basses, de petite taille et sobres

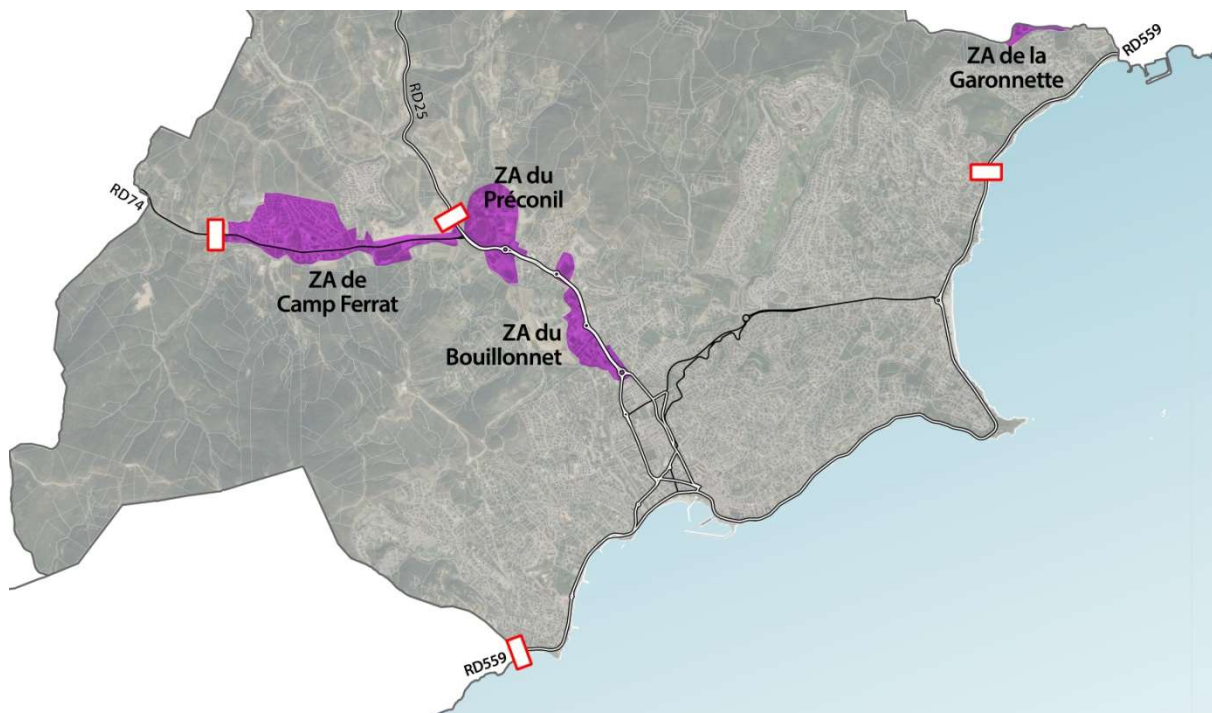


ENJEUX

- × Réglementer les enseignes scellées au sol qui impactent le paysage littoral
- × Faire appliquer le RLP concernant les préenseignes et enseignes scellées au sol
- × Réglementer le nombre et la surface des enseignes sur bâtiment
- × Intégrer la charte de qualité au RLP pour les commerces du littoral centre-ville et du port
- × Créer une réglementation distincte pour chacune des zones du littoral

3. Les zones d'activités

La commune de Sainte-Maxime possède divers secteurs dédiés aux activités économiques sur son territoire. Ces secteurs bénéficient d'une bonne accessibilité routière. Elles s'observent en effet, soit en entrée de ville Nord et Ouest, respectivement desservies par les D25 (en lien direct avec l'autoroute A8) et D74, soit le long de la D25.



Les zones d'activités identifiées sont les suivantes :

- ZA de Camp Ferrat
- ZA du Préconil
- ZA du Bouillonnet
- La ZA de la Garonne

Excepté sur les portions longeant les D74 et D25, ces trois secteurs s'étendent en dehors des limites d'agglomération actuelles (ces dernières correspondant à l'assiette des axes précités).

La RD25 traverse les zones d'activités du Bouillonnet et du Préconil. À la sortie de cette zone, elle se divise en deux parties, la RD25 qui continue vers le Nord, et sort de la ville, en direction de Muy, et la RD74 qui continue vers l'Ouest en direction de Plan de la Tour, et qui traverse la zone d'activités du Camp Ferrat.

Nous étudierons dans cette partie 5 secteurs :

- La zone d'activité du Bouillonnet
- La zone d'activité du Préconil
- Les activités de l'entrée Nord de la ville
- La zone d'activité du Camp-Ferrat, traversée par la RD74.
- La zone d'activité de la Garonne

3.1. ZA du Bouillonnet

SITUATION



Comprise entre le rond-point du Quilladou et celui de Neuenbürg, la zone d'activités du Bouillonnet, s'étire le long de la Route du Plan de la Tour (D25) et se densifie à l'approche du centre-ville, formant une poche de commerces à l'Ouest de la RD25.

SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



La ZA du Bouillonnet est traversée par la Zone de Publicité Réglementée 1 (ZPR1) du RLP en vigueur. Cette zone s'étend le long de l'axe de la RD25, mais ne prend pas en compte les poches de commerces en retrait par rapport à cet axe.

Cette zone a une réglementation très souple. Elle autorise de grandes surfaces de publicité (12m²). La réglementation des enseignes n'est pas adaptée aux proportions des commerces, puisqu'elle autorise 10m² de surface cumulée d'enseignes indifféremment pour les commerces de grande ou de petite taille.

Tableau synthétique des règles du RLP en ZPR1 :

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires		Dérogatoires
ZPR1	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 9m ² hmax : 6m	Smax : 12m ²	Smax : 12m ² hmax : 6m	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. de marque : 30% max		Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : 30% max			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

ANALYSE PAYSAGÈRE

La RD25, route à deux fois deux voies séparées par un terre-plein central paysager, traverse la zone d'activités du Bouillonnet du Sud vers le Nord. Elle est bordée de part et d'autre de commerces.

Ces commerces sont très bien intégrés dans le paysage, avec des enseignes en façade de taille raisonnable et en lettres découpées, adaptées à l'architecture des bâtiments. On note cependant quelques enseignes scellées au sol de grande taille, inutiles (enseigne banque, drapeau « ouvert » du magasin de literie) (1) (2).



Au niveau du rond-point des Virgiles, au centre de la zone d'activités, se situe l'entrée d'une zone commerciale à l'Ouest de la RD25 (3). Cette zone, au même niveau que l'axe routier, est bien visible depuis le rond-point. Elle offre en arrière-plan un panorama sur des collines boisées.



On note du premier coup d'œil les drapeaux d'un commerce qui se découpent sur les collines boisées et le ciel en arrière-plan. Ces enseignes peuvent être évitées, d'autant plus que le commerce est bien visible depuis la voie publique (4) (5).



On note également que des commerces ont installé des enseignes en toiture. L'une d'elles, en lettres découpées, permet une perméabilité du regard sur le paysage en arrière-plan. Ces enseignes dépassent peu de la toiture des bâtiments, ce qui limite leur impact sur le paysage en arrière-plan (6). On constate cependant que les enseignes sur toiture avec un panneau de fond s'intègrent moins bien (7) que les enseignes en lettre découpée (6).



À la sortie du rond-point des Virgiles, du côté Est de la RD25, se trouvent une boulangerie (8) et un magasin de décoration (9).

La boulangerie (8), commerce de petite taille, cumule les enseignes de grande taille (enseigne scellée, enseigne parallèle à la façade dépassant du mur, auvents). Les inscriptions en lettres capitales de grande taille rendent de plus ces enseignes particulièrement imposantes.

L'enseigne scellée qui marque l'entrée du parking est inutile, le commerce étant déjà bien visible depuis la route et le rond-point.

Il faudrait donc que ce commerce diminue la taille et le nombre de ses enseignes.



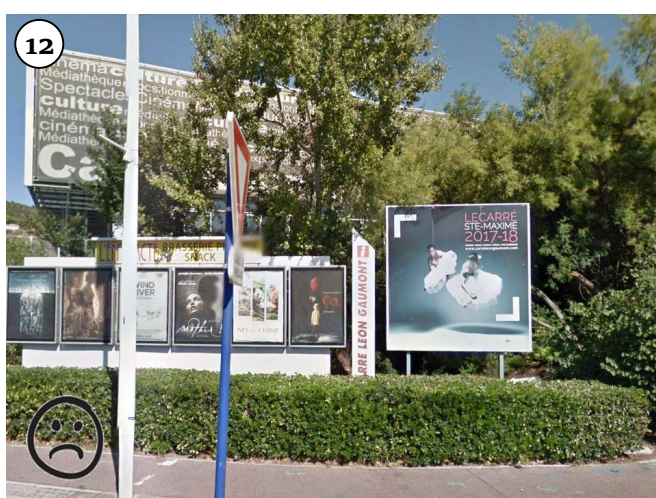
Le magasin de décoration (9) possède également une enseigne en façade de grande taille. Cependant, celle-ci ne dépasse pas de la toiture, et les inscriptions en petits caractères la rendent moins imposante que l'enseigne du commerce voisin. La couleur bleu vif ne s'intègre pas avec le reste de la façade. L'enseigne scellée à l'entrée du terrain démesurée et de couleur trop vive. Très haute, elle se découpe sur le paysage en arrière-plan et impacte ce dernier. Le magasin de décoration, en retrait par rapport à la boulangerie, est moins visible depuis la route. Cependant, la taille de l'enseigne scellée qui marque l'entrée doit être adaptée.



En face de ces commerces se trouve un magasin de piscines. En retrait derrière un mur, il est moins visible depuis le rond-point. Il possède une enseigne en toiture, ainsi qu'une enseigne scellée au sol (piscine) de taille démesurée, qui se découpent sur le paysage.



Isolés de l'axe routier par des arbres, les bâtiments de la jardinerie ainsi que du cinéma sont peu visibles depuis la route.



Des enseignes scellées de grande taille ont été installées le long de l'axe routier. Elles sont notamment accumulées au niveau du cinéma en un ensemble peu esthétique. L'ensemble gagnerait en qualité en réduisant la taille des affiches 4x3, et en réduisant pour le cinéma le nombre d'enseignes.

ANALYSE JURIDIQUE

× Enseignes sur toiture non conformes

Les enseignes sur toitures doivent faire l'objet d'une autorisation exceptionnelle. Elles doivent alors être réalisées en lettres ou signes découpés de 1m de haut maximum et ne pas dépasser le faîtage du toit.



× Enseignes scellées au sol trop hautes

Le RLP limite la taille des enseignes scellées au sol à 3m à partir du terrain naturel.



× Enseignes sur façade trop grande et dépassant du mur

Le code de l'environnement limite la surface des enseignes en façade à 25% de la surface de la façade pour les façades de taille inférieure à 50m².



× Enseignes scellées au sol de trop grande surface



Le RLP limite la taille des enseignes scellées au sol à 4m².

La zone d'activité du Bouillonnet est classée en ZPR1 le long de l'axe de la RD25. La zone s'étend pourtant plus en profondeur, et n'est pas comprise en entier dans ce zonage.

Le règlement de la zone ZPR1 est très permissif. Il autorise toutes sortes de publicités de grand format, et est très permissif au sujet des enseignes, en autorisant une taille cumulée des enseignes en façade de 10m². Ce règlement est plus permissif que le code de l'environnement pour les commerces dont la surface de façade commerciale est inférieure à 40m², ce qui est le cas pour une partie des commerces qui bordent l'axe routier. Ainsi, certains commerces arborent des enseignes de taille exagérées. Le règlement devrait donc être durci à ce niveau.

Les commerces en retrait de l'axe, en particulier dans la zone commerciale, sont de plus grande taille et donc plus impactés par cette limite de taille, qui reste cependant presque aussi permissive que la réglementation du code de l'environnement (qui limite la surface totale à 15% de la surface de la façade pour les commerces dont les façades ont une surface supérieure à 50m²) pour les commerces dont la surface de façade est <70m².

La surface des enseignes scellées au sol est limitée à 4m² (2m² si doubles faces). Cette surface est très permissive, en particulier pour les enseignes à simple face. La réglementation devrait être durcie sur ce point.

La zone est assez peu impactée par les publicités de grande taille, qui se concentrent essentiellement sur le mobilier urbain. Afin de préserver ceci, il faudrait interdire les autres types de publicité dans la zone.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

✖ Des enseignes excessives

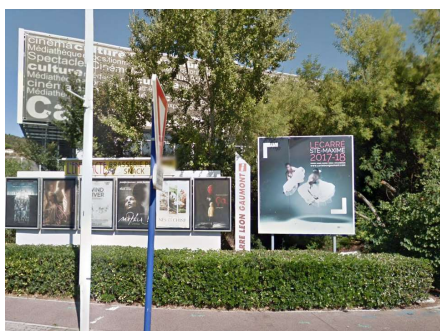
Beaucoup d'enseignes sont inutiles, ne rendant pas les commerces plus lisibles, et ne s'intègrent pas dans le paysage de par leur qualité ou leur grande taille. Ces enseignes excessives devraient être retirées.





✕ Des enseignes de grande dimension

Les enseignes de grande dimension s'intégreraient mieux dans leur environnement si leur taille était réduite.



LES ATOUTS À VALORISER

✕ Des enseignes de façade en lettres découpées, bien intégrées au bâtiment



× Un mobilier urbain bien intégré à privilégier



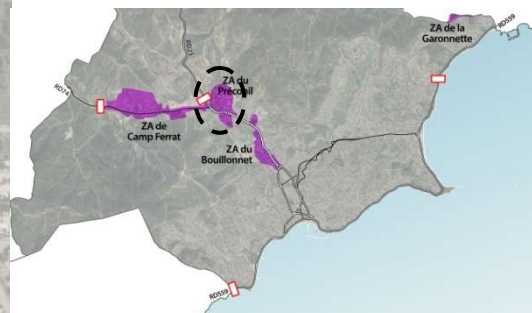
Le mobilier urbain est bien intégré dans le paysage. Il est à privilégier par rapport aux publicités murales ou portatives, également autorisées dans cette zone.

ENJEUX

- ▶ Limiter le nombre et la taille des enseignes
- ▶ Intégrer les enseignes sur bâtiment à l'architecture de la façade
- ▶ Adapter la surface autorisée pour les enseignes murales à la taille de la façade commerciale

3.2. ZA du Préconil

SITUATION



Rayonnant depuis le rond-point de l'Europe, la zone d'activités du Préconil s'étire aussi bien sur un axe Nord/Sud qu'Est/Ouest par rapport à la Route du Plan de la Tour (D25).

Cette ZA marque l'entrée Nord de la ville de Sainte-Maxime.

SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



Cette zone est traversée par deux zones classées au RLP en vigueur :

- La zone ZPR1 à l'Est, jusqu'au giratoire central
- La zone ZPR3, à l'Ouest du giratoire central.

La ZPR1 a une réglementation très souple. Elle autorise de grandes surfaces de publicité (12m²). La réglementation des enseignes n'est pas adaptée aux proportions des commerces, puisqu'elle autorise 10m² de surface cumulée d'enseignes indifféremment pour les commerces de grande ou de petite taille.

La ZPR1 interdit toute publicité, excepté celle sur mobilier urbain.

La zone d'activités s'étend de part et d'autre au Nord et au Sud de l'axe de la RD25, avec un parc aquatique au Nord et une petite zone commerciale au Sud. Ces deux zones ne sont pas

Tableau synthétique des règles du RLP en ZPR1 et ZPR3 :

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires	Dérogatoires	
ZPR1	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 9m ² hmax : 6m	Smax : 12m	Smax : 12m ² hmax : 6m	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. de marque : 30% max	Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : 30% max				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		
ZPR3	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face)	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. de marque : 30% max	Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : 30% max				Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

ANALYSE PAYSAGÈRE

La RD25, route à deux fois deux voies séparées par un terre-plein central paysager, traverse la zone d'activité du Préconil d'Est en Ouest.

Au niveau de l'entrée Est de la zone, elle est bordée sur les linéaires Nord par quelques commerces assez espacés. Ces commerces sont isolés de l'axe routier par une large piste cyclable à double sens, bordée de part et d'autre par des haies basses. Cet aménagement permet une prise de recul par rapport aux commerces, qui sont mieux intégrés dans le paysage global (1). Les seuls dispositifs mis en place sur cette zone sont des enseignes en façade des bâtiments.



Les enseignes de ces commerces, de couleurs sobres et en lettres découpées, s'intègrent bien à l'architecture des façades des bâtiments. Cependant, certaines enseignes, comme celle du restaurant pourrait être réduite en dimensions (2).



Le linéaire Sud de cette entrée Est est moins bien préservé. Le retrait des commerces par rapport à l'axe routier contribue favorablement à l'intégration paysagère de ces commerces. Cependant, cette qualité d'aménagement est gâchée par la présence d'enseignes et préenseignes de grande taille le long de la voie publique. Les enseignes en façade des bâtiments sont de trop grande taille, recouvrant presque l'ensemble des bâtiments, et de couleurs criardes (4). On observe également une enseigne dépassant de la toiture, qui se découpe sur le paysage (3).



Au niveau du rond-point de l'Europe, la zone d'activité s'étend au Nord vers un parc aquatique. Au niveau de cette intersection ont été installées des enseignes et préenseignes de grande taille. Ces dispositifs ne sont pas intégrés dans le paysage, mais nuisent également à la sécurité routière. Ils sont de plus redondants par rapport aux SIL qui ont été mises en place pour indiquer ces commerces.

Au Sud du rond-point de l'Europe se trouve une petite zone commerciale. Celle-ci est située en contrebas par rapport à la voie publique, et est isolée par des arbres. Elle est ainsi peu perceptible visuellement depuis le rond-point (6).



Le centre commercial, ainsi que la pharmacie sont indiqués à l'embranchement à l'aide de SIL. Cependant, on remarque également la présence d'une grande enseigne de couleur vive au niveau de l'intersection, ainsi que d'une préenseigne. Ces dispositifs sont inutiles, et nuisent à la lisibilité du panneau directionnel indiquant le centre commercial.



Les commerces du centre commercial arborent des enseignes de taille raisonnable (9). Certaines dépassent cependant légèrement de la toiture. Le supermarché possède une enseigne en toiture réalisée en lettres découpées, bien intégrée au bâtiment (8).



La zone d'activité est également visible depuis le parc aquatique. Elle est bien intégrée et permet de profiter pleinement du paysage en arrière-plan.



ANALYSE JURIDIQUE

Infractions constatées :

- × **Présence de préenseignes dans un rayon de 150m par rapport au centre du giratoire**

Le RLP interdit toute forme de publicité dans un rayon de 150m par rapport au centre du giratoire.





× **Enseigne dépassant de la toiture**



Les enseignes en toiture sont soumises à autorisation exceptionnelle. Elles doivent de plus être en lettre découpées, ne dépassant pas le faîtage du toit.

× **Enseignes en façade de taille trop importante**

Les enseignes en façade ne doivent pas représenter plus de 15% de la surface de la façade pour les façades de plus de 50m² et 25% de la façade pour les façades de moins de 50m².



La taille des enseignes en toiture ne doit pas dépasser 1m de hauteur.



La zone d'activités du Préconil s'étend du Nord au Sud, mais n'est règlementée qu'au niveau de l'axe qui la traverse d'Est en Ouest. Cet axe est en majeure partie compris dans la zone ZPR1, qui comprend le rond-point central de la zone. Cette zone est très souple, puisqu'elle autorise tous types de publicités, et autorise les grands formats. Cette zone est en effet impactée par quelques dispositifs de grand format.

Elle est également impactée par les enseignes scellées au sol de grand format, dont autorisée de 4m² (2m² pour les enseignes double face) est très permissive.

Le rond-point est particulièrement impacté par les dispositifs de type enseignes ou préenseignes. Ces dernières sont pourtant interdites par le RLP dans un rayon de 150m par rapport au centre du giratoire. Cependant, les enseignes scellées au sol, de grande taille, sont tout aussi impactantes pour la sécurité routière, et devraient être également interdites.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

× Un nombre important de dispositifs de grand format





La traversée est jalonnée de nombreux panneaux grand format 4x3 le long de la route. Ces panneaux sont gênants, plus particulièrement au niveau du giratoire, où ils nuisent à la lisibilité des panneaux directionnels et à la sécurité routière. La publicité est d'ailleurs interdite autour des giratoires dans un rayon de 150m.

× Des enseignes en façade peu intégrées



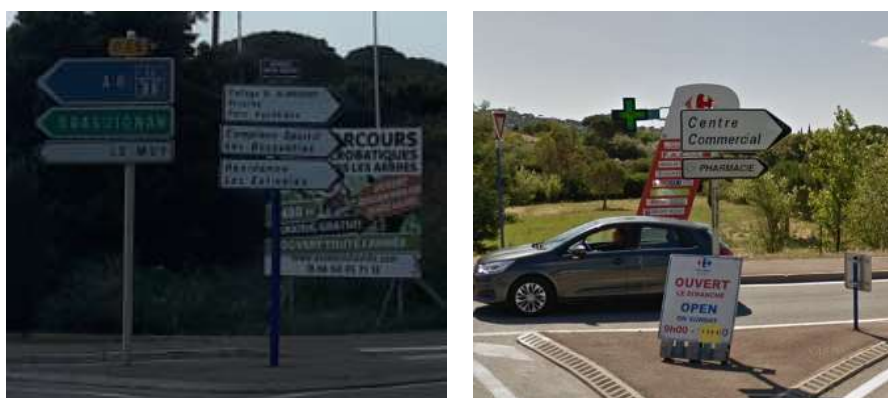
Les enseignes en façade devraient être de couleur plus sobre, et plus fines, afin de mieux s'intégrer à l'architecture de la façade.

LES ATOUTS À VALORISER

✕ Enseignes en lettres découpées bien intégrées aux façades



✕ SIL mise en place pour indiquer les commerces



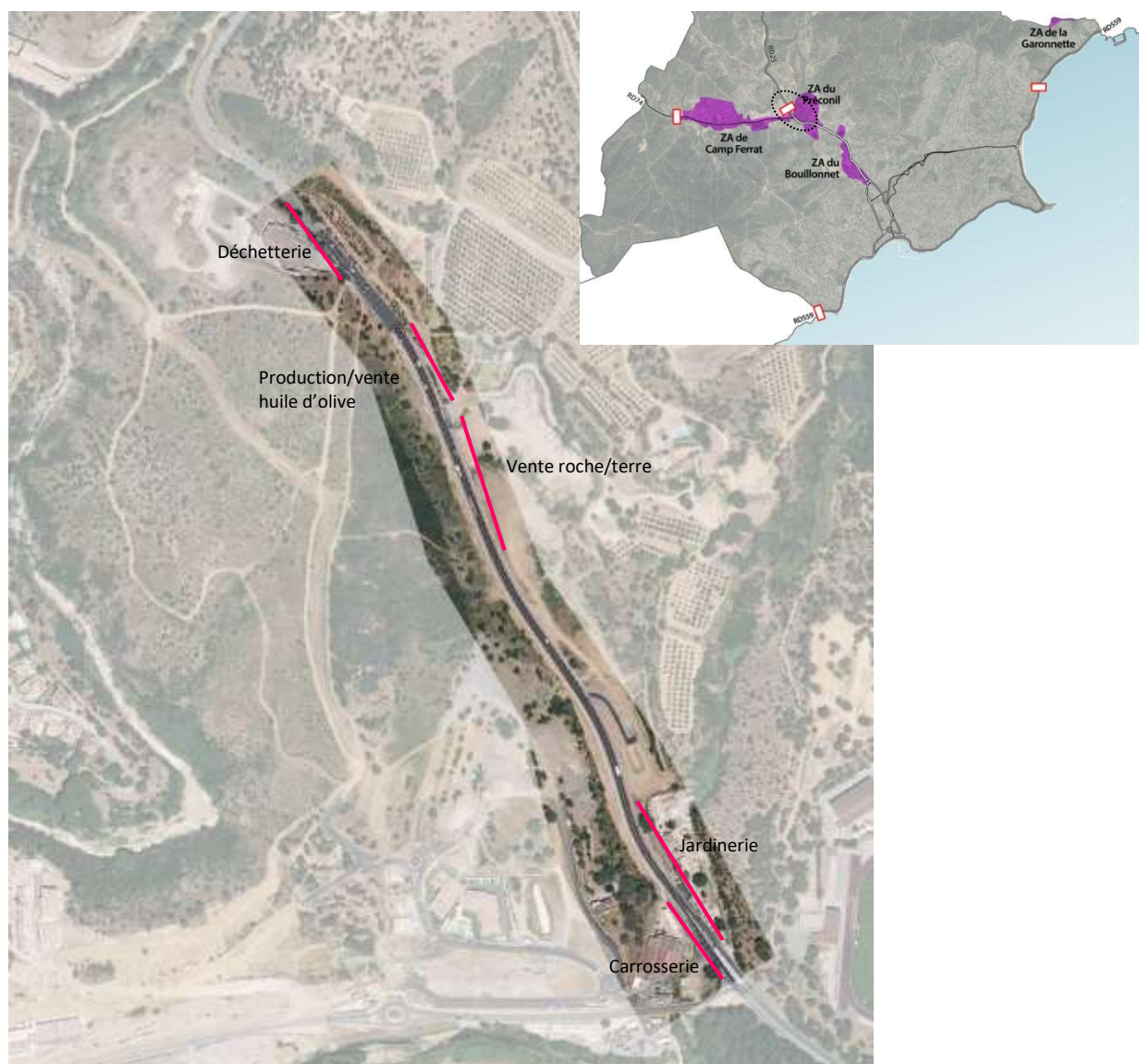
La mise en place de SIL au niveau des intersections importantes donne de la visibilité aux commerces, et permet d'éviter toute autre forme de préenseignes moins intégrées dans le paysage. Cela apporte de la lisibilité aux intersections.

ENJEUX

- ▶ Limiter le nombre de dispositifs de grand format
- ▶ Adapter la surface des enseignes à la taille des façades commerciales
- ▶ Éclaircir le rond-point, impacté par les préenseignes et enseignes scellées au sol de grande taille
- ▶ Intégrer les enseignes en façade des bâtiments

3.3. Les activités de l'entrée Nord de la ville

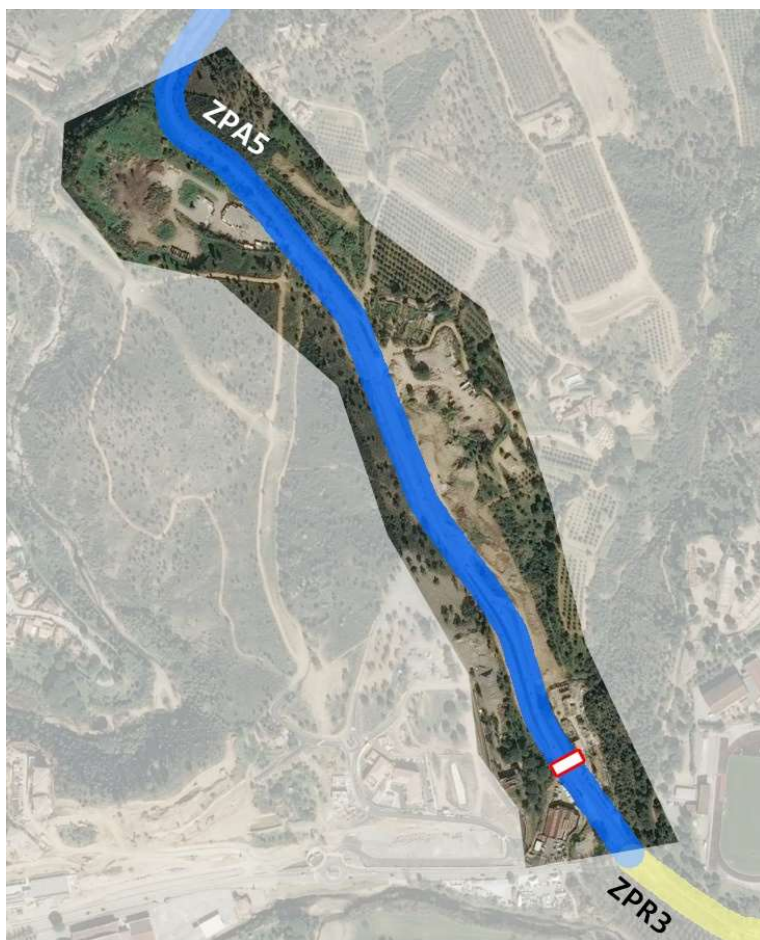
SITUATION



Au niveau de l'entrée Nord de la ville, la RD25 accueille quelques commerces : une carrosserie et une jardinerie en agglomération, et une déchetterie, un producteur d'huile d'olive et un fournisseur de roches et terre végétale hors limite d'agglomération. La RD25 traverse ensuite la ZNIEFF des Maures, et longe la zone Natura2000 "Plaine et massif des Maures", et n'accueille plus de commerces en bordure.

Cet endroit constitue l'entrée Nord de l'agglomération de Saint-Maxime, et doit donc être qualitatif.

SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



À partir de l'intersection avec la RD74, la RD25 est classée en zone ZPA5 sur tout son linéaire, jusqu'à la sortie de la commune.

La publicité est totalement interdite dans cette zone, de même que les enseignes lumineuses. Les préenseignes temporaires et dérogatoires sont autorisées hors agglomération.

Les enseignes murales, scellées au sol et en drapeau sont autorisées, si elles n'affichent pas de marque, et dans la limite d'une surface cumulée de 10m².

Tableau récapitulatif des règles du RLP en vigueur :

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires	Dérogatoires	
ZPA5	Interdit	Smax : 4m ² (2m ² si double face) hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Interdit	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 4 /manifestation 2 /opération	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 2 / établissement
	Aff. de marque :NON		Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : NON			Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

ANALYSE PAYSAGÈRE

La RD25 est constituée à cet endroit d'une route 2x1 voie, qui traverse un espace très naturel. La première partie, située en agglomération, accueille deux commerces de part et d'autre de la route. (1) (2).

La carrosserie possède de nombreuses enseignes sur sa façade. Les deux enseignes principales, en lettres découpées, sont bien intégrées au bâtiment. La troisième enseigne est constituée d'un amoncellement de petites enseignes de marque, et est bien moins qualitative.

On note cependant deux enseignes de type bâche sur la clôture non aveugle. Ces enseignes sont très peu qualitatives, et nuisent à la perméabilité de la clôture.

De hauts drapeaux rouges ont également été mis en place. Ceux-ci se découpent sur le paysage et ont une couleur agressive.

Des inscriptions publicitaires sont également présentes sur l'ombrière mise en place au niveau du parking. (1)



Le magasin de jardinage a mis en place deux enseignes scellées au sol de grande taille. Celles-ci, très proches l'une de l'autre sont redondantes.

De plus, de nombreuses enseignes ont été mises en place sur la clôture non aveugle, ce qui est peu qualitatif.



Les commerces hors agglomération sont très diffus le long de l'axe, et occupent une grande surface. On trouve un fournisseur de pierres, rocailles et terre végétale, un producteur d'huile d'olive, ainsi que la déchetterie communale. (3) (4) (5)

Le fournisseur de rocaïlle et le producteur d'huile d'olive sont situés côte à côte, et possèdent une entrée commune. (3)

Au niveau de cette entrée, on observe deux enseignes sur clôture non aveugle, qui dépassent de celle-ci. Or, les dispositifs ne doivent pas dépasser du mur ou de la façade sur lesquels ils sont implantés. De plus, les enseignes sur clôture non aveugle sont très peu qualitatives.

L'enseigne du fournisseur est de plus de couleur agressive.

De l'autre côté de l'entrée, le producteur d'huile d'olive a mis en place une enseigne scellée au sol. Celle-ci, assez basse et de taille raisonnable, est bien intégrée.



Le fournisseur dispose de deux autres enseignes sur sa parcelle : une enseigne scellée de couleur agressive et implantée sur un terrain surélevé, et une bâche installée sur un stock de pavés, ce qui n'est pas interdit, mais est très peu qualitatif, étant donné l'emplacement choisi et le matériau de l'enseigne.



La déchetterie a mis en place une enseigne scellée. Celle-ci est bien implantée, parallèle au mur et ne dépassant pas la hauteur de celui-ci. (5)



ANALYSE JURIDIQUE

Infractions constatées :

- × Enseignes situées sur une clôture et dépassant de celle-ci.



- × Présence d'enseignes affichant des marques

Les enseignes affichant des marques sont interdites par le RLP dans cette zone



Le code de l'environnement spécifie que les enseignes apposées à plat sur un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur.

L'interdiction publicitaire dans cette zone est bien respectée. Il est important de la conserver, afin de préserver cette zone très naturelle de la pression publicitaire, due à un axe très passant et de la proximité des zones commerciales.

Les activités qui bordent cette partie de la route n'ont souvent pas de bâtiments visibles, et se rendent visibles avec des enseignes scellées au sol. Les premières doivent marquer les entrées de l'activité, afin de rendre celle-ci visible. Il est cependant inutile d'implanter deux enseignes scellées au sol, cela provoquant seulement une saturation visuelle. Ces enseignes scellées au sol, souvent de taille assez grande, ne devraient pas arborer des couleurs criardes.

Les enseignes sur clôtures non aveugles, ainsi que les bâches, sont très peu qualitatives et devraient être interdites.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

✖ Des enseignes en matériau peu qualitatif

Des bâches sont implantées sur des clôtures, ainsi que sur un tas de pavés. Ces bâches constituent des enseignes peu qualitatives, et sont de plus implantées à des endroits peu judicieux.



✖ Des enseignes sur clôtures non aveugles

La présence d'enseignes sur des clôtures non aveugles est peu qualitative. Cela empêche la perception visuelle à l'intérieur de la propriété.



✖ Des enseignes de grande taille aux couleurs criardes

Les couleurs agressives sont d'autant plus impactantes que la taille de l'enseigne est grande.



✕ **Des enseignes scellées au sol de grande taille côte à côte**

Il est inutile d'implanter deux enseignes scellées au sol de grande taille côte à côte. Ceci est simplement redondant et provoque une saturation.



✕ **Des enseignes scellées au sol hautes et de couleur vive**

Les drapeaux se découpent sur le ciel. Leur haute taille cumulée à leur couleur très vive attire trop l'œil, et s'intègrent mal dans le paysage.



LES ATOUTS À VALORISER

× Enseignes en lettres découpées



× Enseigne scellées parallèle au mur ne dépassant pas de celui-ci

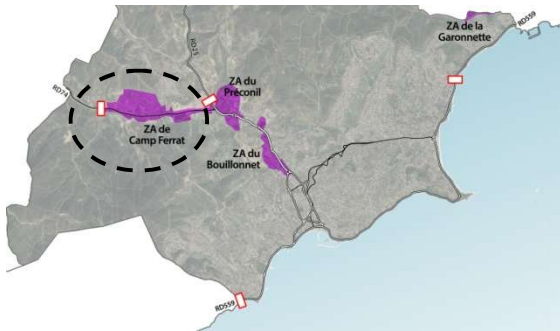


ENJEUX

- ▶ Préserver les zones naturelles de la pression publicitaire
- ▶ Rendre visibles les activités
- ▶ Installer des dispositifs intégrés dans le paysage

3.4. ZA de Camp Ferrat

SITUATION



Située le long de la Route du Plan de la Tour (RD74), la zone d'activités de Camp Ferrat marque l'entrée de ville Ouest de Sainte-Maxime.

Elle est composée de deux principaux secteurs :

- Secteur A : secteur d'activités de taille assez importantes qui bordent l'axe de la RD74 de part et d'autre
- Secteur B : lotissement mixte d'activités artisanales avec logement de l'habitant

SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR

La ZA de Camp Ferrat est en partie classée en Zone de publicité autorisée ZPA2 du RLP en vigueur. Ce classement se limite à l'axe de la RD 74. Cependant, la zone d'activités s'étend de part et d'autre de cet axe, et les bâtiments en retrait restent très visibles depuis cet axe, situé en contrebas. Il serait nécessaire d'étendre ce périmètre à l'ensemble de la zone d'activités.

La réglementation de la zone ZPA2 autorise une grande surface de publicité (12m^2), et une hauteur jusqu'à 6m.

La réglementation pour les enseignes est peu adaptée aux proportions de façade, puisqu'elle autorise 10m^2 de surface cumulée pour toute façade, petite ou grande.

La réglementation pour les enseignes scellées au sol est souple, puisque leur nombre n'est pas restreint. Leur surface est limitée à 4m^2 (2m^2 pour les enseignes double face), et leur hauteur à 3m à partir du terrain naturel.



Tableau synthétique des règles du RLP en ZPA2 :

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires		Dérogatoires
ZPA2	Soumises à autorisation	Smax : 4m ² (2m ² si double face) hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 9m ² hmax : 6m	Smax : 12m ²	Smax : 12m ² hmax : 6m	Smax : 6m ² hmax : 3m	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 4 /manifestation 2 /opération	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 2 /établissement
	Aff. de marque :NON		Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : NON			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

ANALYSE PAYSAGÈRE

► Secteur A : secteur d'activité bordant la RD74

• L'entrée Est de la ZA de Camp Ferrat

L'entrée Est de la zone d'activités est marquée par deux ensembles de grands bâtiments (1, 2) de part et d'autre de l'axe de la RD74. Les bâtiments le long du linéaire sud (1) sont assez bas, et permettent une bonne visibilité des collines boisées en arrière-plan.



Derrière ces deux ensembles, on trouve des commerces plus petits, et plus aérés (3, 4).



On note cependant la présence de drapeaux, et d'enseignes sur clôture, peu qualitatives. Les drapeaux sont cependant de hauteur assez faible, équivalente à la hauteur du bâti, et ne se découpent pas sur le paysage. De plus, les enseignes en façade prennent de la place sur celles-ci.

On a ensuite une respiration dans le tissu d'activité, avec des espaces plus ouverts, et des commerces implantés dans du bâti de type « habitat ». Cette zone est particulièrement impactée par les publicités, préenseignes et enseignes (sur clôture et scellées) de grand format qui bordent la route, même si un effort a été fait de regroupement des enseignes scellées au sol pour cette dernière image (5, 6, 7). Les grands panneaux publicitaires sont particulièrement impactant, et se découpent sur le paysage très ouvert et les collines en arrière plan (5).



- **Le cœur de la zone d'activité**

Le cœur de la zone d'activité est beaucoup plus dense. Les commerces s'alignent de part et d'autre de l'axe routier (1) (2) (3). On aperçoit des collines boisées derrière les bâtiments situés au Sud de la zone (1).

Cette zone est particulièrement impactée par les enseignes scellées au sol de grande hauteur, qui se découpent sur le ciel et les collines en arrière-plan, ainsi que par les dispositifs publicitaires de grande taille (4x3). (3)





L'impact des enseignes scellées au sol dépend en grande partie de leur hauteur. Ainsi, une enseigne de hauteur équivalente à celle des bâtiments va avoir un impact moindre qu'une enseigne plus grande que les bâtiments, qui dépassera celui-ci et se découpera sur le paysage en arrière-plan.

On constate notamment cet effet au niveau du garage, qui possède des drapeaux de différentes hauteurs : les drapeaux de petite taille ont un impact bien moindre que ceux de haute taille qui balafrent les collines et le ciel. (4) (5)





La zone commerciale est composée de poches de commerces de plus petite taille, en retrait par rapport à la route. Ces poches sont bordées de multiples enseignes scellées au sol, très rapprochées les unes des autres, qui provoquent une saturation visuelle et rendent les informations illisibles, et cachent les façades des commerces. (6) (7) (8) (9)







À l'intérieur de ces poches commerciales, les bâtiments sont essentiellement indiqués par des enseignes en façade. Celles-ci sont plus ou moins bien intégrées selon les commerces. On préférera les enseignes en bandeau ou en lettres découpées, qui respectent mieux l'architecture des bâtiments. Il est également préférable de mettre l'enseigne au niveau du rez-de-chaussée. (10) (11) (12).



Par exemple, le bâtiment des notaires possède une enseigne très discrète, mais assez peu visible depuis la route. Celle-ci pourrait être un peu plus grande. On note également la présence d'une enseigne de forme carrée juste sous la toiture. Cette enseigne s'intègre mal à l'architecture de la façade, et nécessiterait d'être retirée, d'autant plus qu'elle indique le commerce voisin. (11)

L'enseigne de l'épicerie est de très grande taille en comparaison avec la hauteur de la façade. Elle emploie de plus une inscription orange lumineuse qui accroche un peu trop le regard. (11)

Le dernier commerce utilise quant à lui une enseigne qualitative, en lettre découpée, mais celle-ci est située à l'étage du bâtiment, et possède des lettres de très grande taille par rapport à la hauteur du bâtiment. (12)



La boulangerie a mis en place une enseigne posée au sol colorée devant son commerce ainsi qu'un chevalet (18). Il est surmonté d'une enseigne de grande taille à l'étage, au-dessus de la corniche, ce qui est bien moins qualitatif que l'enseigne du commerce voisin, qui a implanté son enseigne au-dessus de sa vitrine, sous la corniche.



Les bâtiments des commerces qui composent ces « poches » sont souvent de taille moyenne, anciens bâtiments d'habitation reconvertis en commerces. Certains ont conservé leur aspect de bâtiment d'habitation, avec des murs crépis, d'autres ont recouvert leurs murs de tôle. Ces derniers sont souvent recouverts d'inscriptions, ce qui est très peu qualitatif (13) (14).



Certains bâtiments ont été transformés, avec la mise en place de mur de façade dépassant la toiture d'origine du bâtiment. Ces murs sont uniquement dédiés aux enseignes murales et peut donc être considéré comme une enseigne à part entière qui impacte fortement le cadre de vie en :

- Rompant l'organisation, l'architecture et la structure du bâti, masquant l'étage,
- augmentant la hauteur de la façade impactant ainsi fortement la vue sur les collines boisées en arrière plan.

Une attention particulière devrait être portée lors de l'instruction d'urbanisme pour veiller à ne pas autoriser ce détournement de la façade. (15, 16)



Un magasin de matériaux, de très grande hauteur, a installé une enseigne en toiture. Celle-ci est en lettres découpées conformément aux prescriptions du RLP. Elle est cependant très imposante compte tenu de la hauteur du bâtiment, qui comporte par ailleurs de multiples autres enseignes. (17).



La dernière partie de cette zone est composée d'ateliers et entrepôts de grande taille. Les bâtiments de ces ateliers et entrepôts sont assez différents. Un bâtiment, avec parement briques peintes (18), est plus qualitatif que les autres bâtiments qui sont de type « hangars ». Il est également peu impacté par les dispositifs publicitaires, ne possédant pas d'enseigne en façade. Cependant, une enseigne scellée est implantée en bordure de l'axe routier. Celle-ci est très haute pour une enseigne horizontale, et nécessiterait d'être abaissée. (18)



L'un de ces hangars possède également une enseigne sur toiture qui se découpe sur le ciel (19).



La dernière partie de la zone d'activité se situe sur une colline. De ce fait, les bâtiments surplombent l'axe routier. (20) (21) Cela a un impact fort sur la perception des enseignes et publicité, qui sont d'autant plus imposantes qu'elles sont situées en hauteur.



Ainsi, l'enseigne murale de ce commerce d'outils, de grande taille, se voit de loin. Les enseignes scellées au sol, de taille exagérée, sont donc inutiles, d'autant plus qu'elles se découpent sur le paysage en arrière-plan.



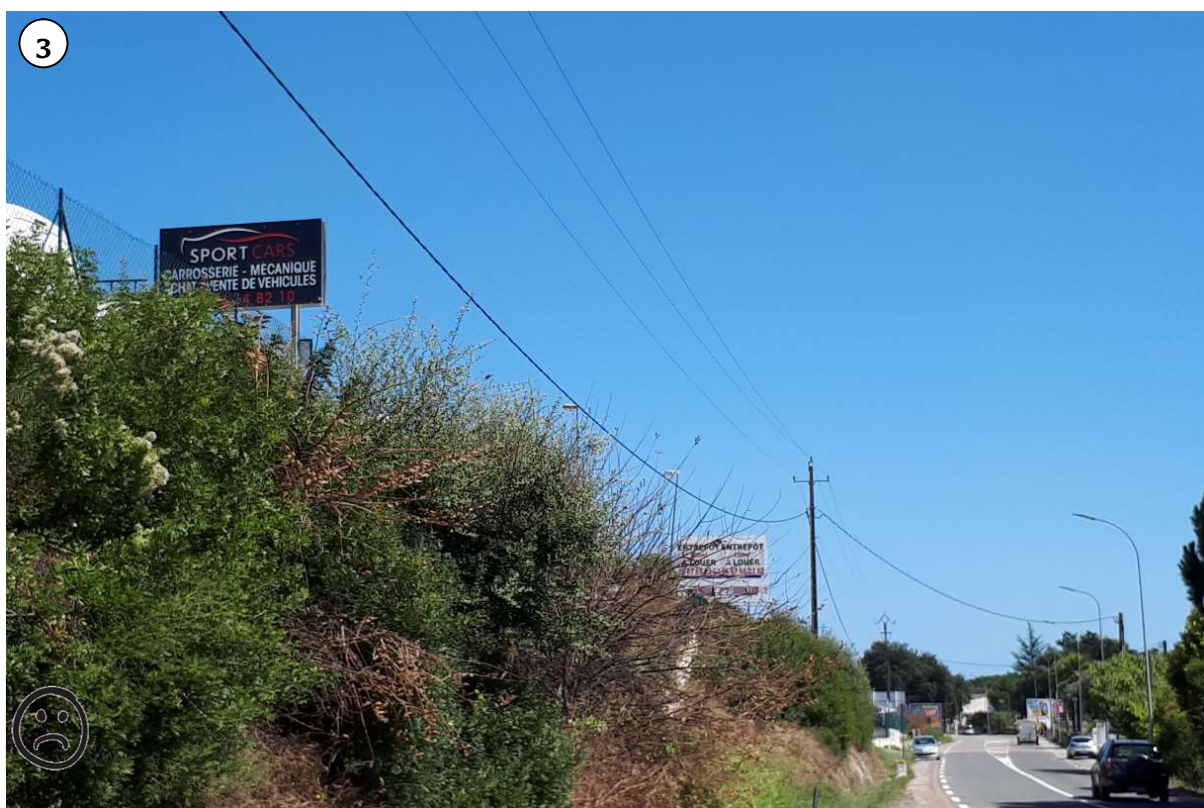
- **Entrée Ouest de la zone d'activités**

Au niveau de l'entrée Ouest de la ZA de Camp Ferrat, on a une vue sur le secteur d'activité des Artisans. Ce secteur, mixte à vocation d'activité, mais accueillant le logement de l'habitant, sera traité dans la partie suivante. (1)



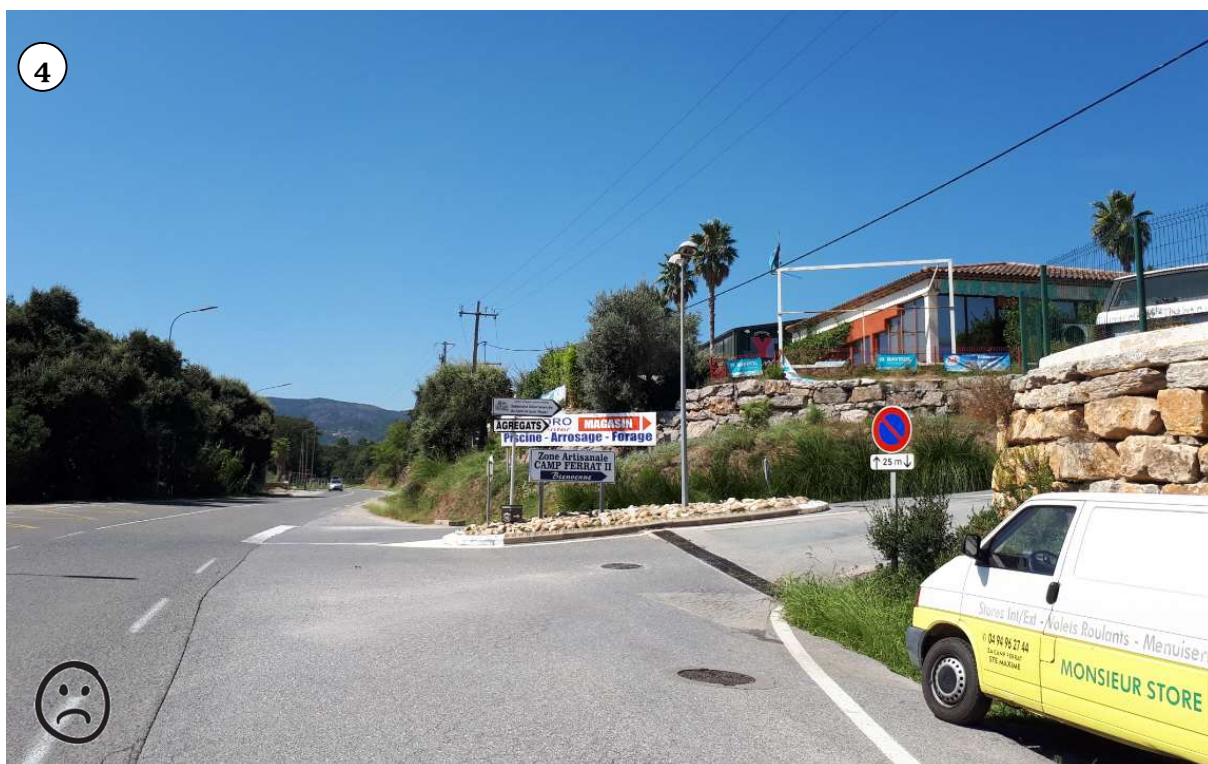
Observée depuis le côté Est, la zone offre une vue sur commerces de taille moyenne, qui surplombent l'axe routier (2). De plus, on observe au niveau de ces commerces des enseignes de très grande taille, d'autant plus hautes qu'elles se trouvent en hauteur sur la colline, dépassant de la toiture des bâtiments. Ces enseignes qui surplombent la voie publique et ne s'intègrent pas dans le paysage. Elles se découpent sur le ciel et les collines, et sont rendues très imposantes par leur taille et leur hauteur. Il en est de même pour les panneaux publicitaires de format 4x3 qui bordent la route un peu plus loin. (3)



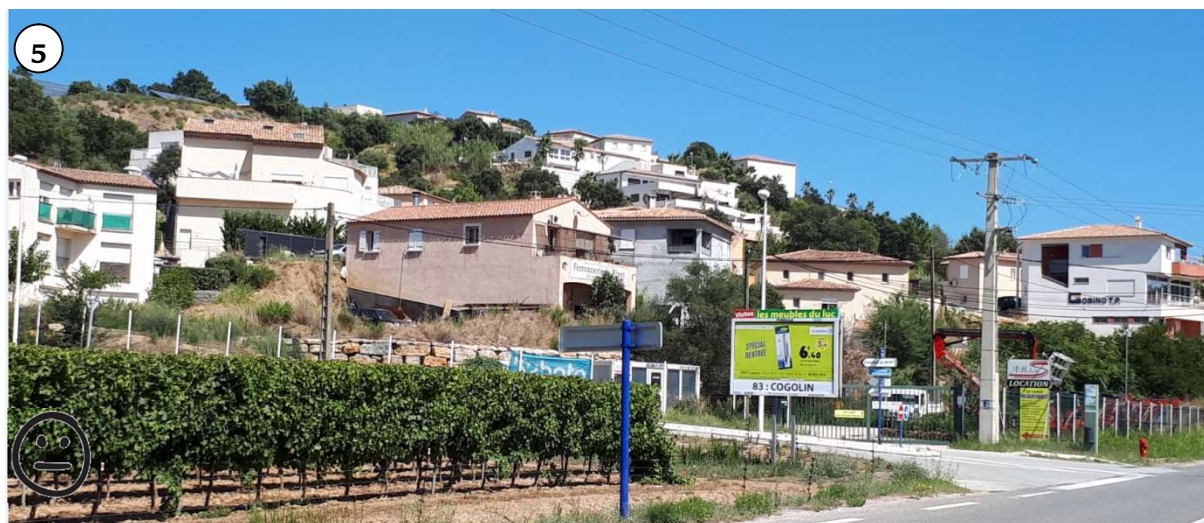


Il est nécessaire de mettre en place une réglementation spécifique pour les enseignes scellées au sol ainsi que les publicités situées sur des terrains en hauteur.

La principale entrée de la zone commerciale se fait au niveau de l'avenue des Artisans. Cette intersection est particulièrement impactée par la mise en place de préenseignes. En effet, les commerces ne sont pas indiqués par la signalisation, et beaucoup ne sont pas visibles depuis la route. (4) On remarque plus particulièrement une préenseigne sur un panneau de signalisation.



Observée depuis l'entrée Ouest de la ville, et depuis l'Avenue des Artisans, cette zone est assez qualitative. On note des enseignes en lettres découpées de qualité, ainsi que des enseignes dans l'ensemble sobres. Seuls le panneau publicitaire 4x3, les enseignes sur clôtures de couleur bleu vif du magasin de piscines (4) (5), ainsi que les enseignes jaunes fluorescentes de la location de pelleteuse (5) (6) impactent négativement le paysage.

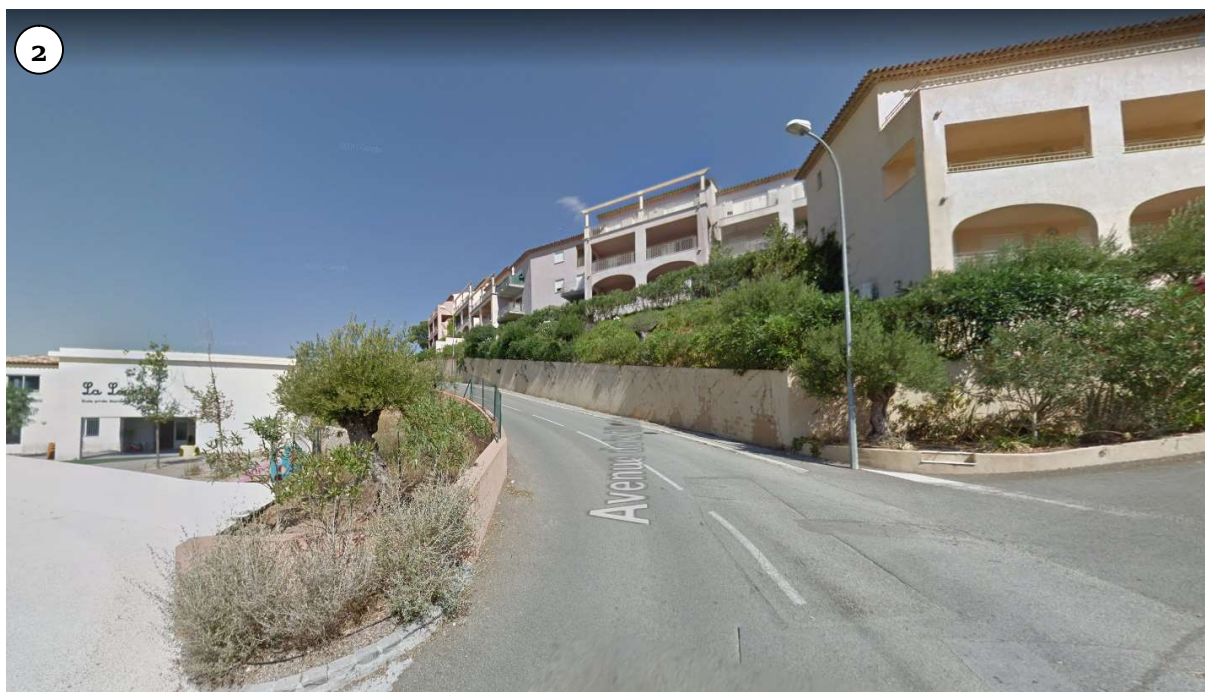


Un entrepôt (7), qui fait face à la location de pelles mécaniques (6), dont les enseignes fluorescentes se découpent sur le paysage ouvert sur les collines en arrière-plan, constitue l'un des premiers bâtiments de l'entrée de ville. Il possède de nombreuses enseignes assez peu qualitatives, et ressort par rapport au reste de la zone, composée de bâtiments de petite taille et plutôt bien intégrés.



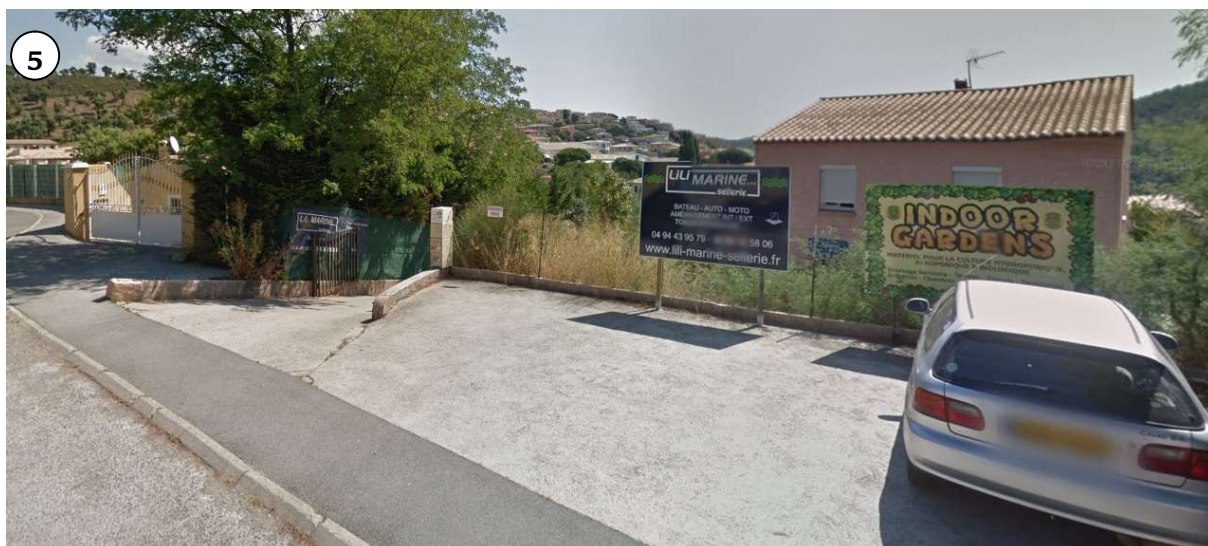
► Secteur B : Lotissement mixte d'activités avec logement de l'habitant

Ce secteur, situé sur les hauteurs de la colline, est un lotissement d'activités artisanales accueillant le logement de l'habitant. Il est constitué d'une typologie de bâti plutôt de type habitat qu'activités. Il est dans l'ensemble bien préservé, avec des enseignes de petite taille, bien intégrées, ou en lettres découpées (1, 2, 3,4).





Ce secteur est cependant impacté par quelques enseignes scellées au sol et préenseignes de taille assez importantes (5, 6, 7,8).





On remarque également certaines enseignes peu intégrées aux bâtiments, à l'architecture assez qualitative, notamment :

- Des enseignes sur fenêtres ou balcons qui masquent les ouvertures





- Des enseignes de taille trop importante pour le bâtiment (11, 13,14), mal implantées sur la façade (12, 13,15), ou encore des enseignes dépareillées (15)



- Des enseignes de grande taille, qui dépassent des toitures (16)



- Des enseignes sur clôtures non aveugles mal intégrées (17), ou de taille démesurée, masquant totalement la clôture(18)



Le lotissement d'activités, situé sur les hauteurs de Camp Ferrat, constitue donc un secteur à protéger, de par l'architecture de ses bâtiments, mais également parce qu'il constitue également un lieu d'habitation.

ANALYSE JURIDIQUE

✖ Enseignes sur façade de taille trop importante

Les enseignes des façades commerciales ne peuvent dépasser 15% de la façade pour les façades de surface $>50\text{m}^2$, 25% pour les façades de surface $<50\text{m}^2$.



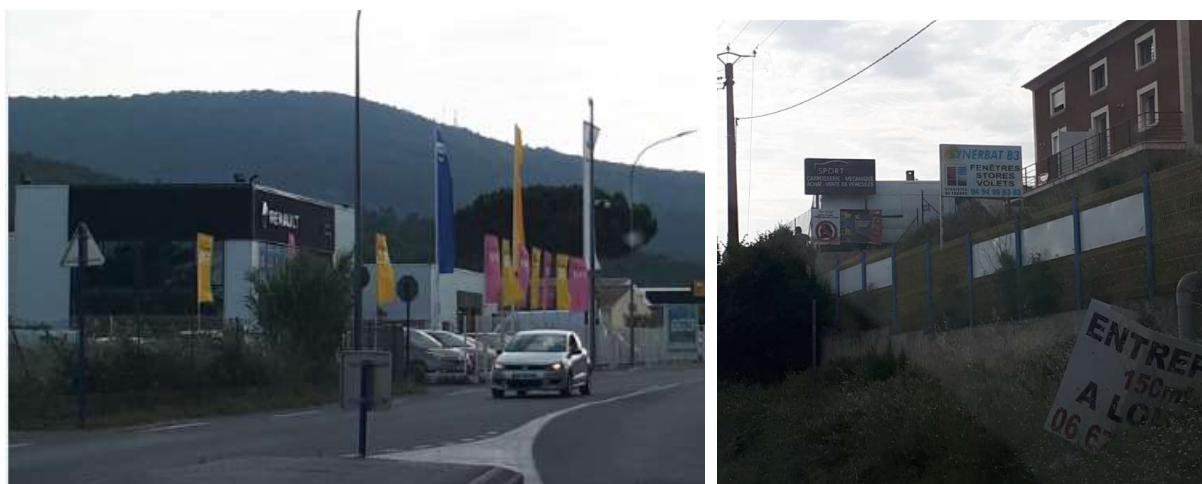
✖ Enseigne en façade dépassant du mur



Les enseignes murales ne doivent pas dépasser le mur ou la façade sur lequel elles sont installées.

× Enseignes scellées au sol trop hautes

Le RLP limite la hauteur des enseignes scellées au sol à 3m au-dessus du terrain naturel. Le dépassement est d'autant plus important quand le terrain naturel est en hauteur.



× Enseignes scellées au sol de trop grande taille

La taille des enseignes scellées au sol double face est limitée à 2m² par le RLP.



× Préenseignes sur panneaux directionnels



L'installation de préenseignes est interdite sur les panneaux directionnels par le Code de l'Environnement.

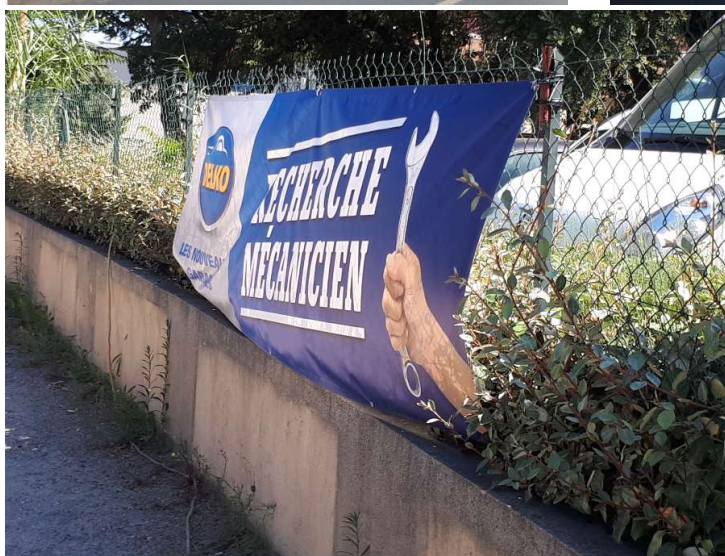
La zone d'activité de Camp Ferrat est classée en zone ZPA2 le long de la RD74. La zone s'étend cependant sur une largeur plus importante, et devrait être intégrée intégralement dans la réglementation.

Le règlement de la zone ZPA2 autorise les affichages publicitaires sur tout support, et en grand format (jusque 12m²). Cet affichage publicitaire, ainsi que les nombreuses préenseignes, impactent grandement cette zone d'activité, qui est très linéaire, et permet une vue lointaine sur l'axe routier et les panneaux qui le bordent de part et d'autre. Une interdistance de 200m est imposée entre deux dispositifs, mais n'est pas toujours respectée. À cet alignement publicitaire s'ajoute l'alignement des enseignes scellées au sol de grande taille (enseignes double face souvent >2m²) et grande hauteur (>3m) de chaque côté de la route. L'axe routier est donc saturé de part et d'autre par des enseignes scellées au sol et panneaux publicitaires, qui laissent peu de percées visuelles sur les commerces un peu en retrait. Il est vraiment nécessaire d'affermir la réglementation sur les enseignes scellées au sol, qui ont un impact très négatif sur le paysage, d'autant plus lorsqu'elles sont situées sur un terrain en hauteur et surplombent l'axe routier.

La réglementation des enseignes en façade, qui autorise une surface cumulée de 10m², ce qui est très permissif pour les commerces de surface de façade <70m². Beaucoup de commerces sont assez petits et affichent de nombreuses enseignes de grande taille, souvent peu homogènes au sein même du commerce. Il est nécessaire d'adapter cette surface limite et le nombre d'enseignes à la taille du commerce, par exemple avec une surface cumulée limite d'enseigne représentant un pourcentage de la surface totale, ainsi que de demander la mise en place d'enseignes homogènes au sein d'un commerce.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

- ✗ Des enseignes sur ombrières et clôtures non aveugles peu qualitatives



- ✗ Des publicités et enseignes scellées au sol de grande taille qui se découpent sur le paysage







- × Des enseignes scellées au sol de grande hauteur en nombre important





- × Un amoncellement illisible d'enseignes scellées au sol et préenseignes en bord de route et aux intersections





ATOUTS À VALORISER

- × Enseignes en lettres découpées bien intégrées à la façade



ENJEUX

- ▶ Préserver les vues sur le paysage naturel
- ▶ Réduire les enseignes de grande hauteur
- ▶ Réduire la concentration d'enseignes
- ▶ Réduire les publicités de grande taille
- ▶ Réduire l'impact visuel des enseignes scellées au sol sur les terrains en hauteur
- ▶ Adapter la surface des enseignes murales à la taille des façades commerciales
- ▶ Faciliter la visibilité des commerces en retrait de la RD74
- ▶ Mettre en valeur les enseignes en privilégiant les enseignes adaptées aux typologies de bâti
- ▶ Harmoniser les enseignes au sein des bâtiments
- ▶ Préserver le lotissement mixte activités/habitations situé sur les hauteurs de Camp Ferrat

3.1. ZA de la Garonnette

SITUATION



La zone d'activité de la Garonnette est située au droit de la plage de la Garonnette, au niveau de la limite communale avec Roquebrune-sur-Argens, à la limite de la zone résidentielle.

Elle est composée de 2 commerces.

Elle n'est pas prise en compte dans le zonage du RLP.

ANALYSE PAYSAGÈRE



La zone d'activité comporte deux commerces. Ceux-ci possèdent des enseignes en bandeau de couleurs similaires, bien intégrées. (1, 2)

On note cependant de nombreuses enseignes affichant des marques. (1)



ANALYSE JURIDIQUE

Il est nécessaire de mettre en place une réglementation spécifique à cette zone, afin de conserver son caractère préservé.

ENJEUX

Peu d'enjeux au niveau de cette zone, qui est petite et n'est pas amenée à grandir.

SYNTHÈSE ZONES D'ACTIVITÉ

La RD25 traverse le centre-ville selon un axe nord-sud, du littoral jusqu'aux zones d'activités. Elle traverse ensuite les zones d'activités du Bouillonnet et du Préconil, toutes deux rattachées à la ville. Elle sort ensuite de la ville, pour rejoindre plus au nord l'autoroute A8. La ZA du Préconil constitue donc l'entrée Nord de Sainte-Maxime.

Au niveau du rond-point central de la ZA du Préconil débute la RD74, qui suit un axe est-ouest en direction de Plan de la Tour. Cette route traverse la ZA de Camp Ferrat, qui ne s'inscrit pas en continuité du reste de la ville. Cette zone d'activité constitue cependant l'une des deux entrées Ouest de la commune de Sainte-Maxime, l'autre entrée étant située au niveau du littoral.

Les trois zones d'activités possèdent un front de commerce le long des axes de la RD25 et RD74, mais également de petites zones commerciales en retrait par rapport à cet axe.

ANALYSE JURIDIQUE

La partie de la RD25 au nord, qui traverse la zone naturelle doit conserver son état préservé de la pression publicitaire.

Les trois principales zones d'activités ne sont règlementées qu'au niveau des axes qui les traversent. Cette réglementation devrait être étendue à l'ensemble des zones commerciales.

Les zones d'activités possèdent des commerces de tailles assez différentes. Ainsi, la réglementation des enseignes qui est uniforme pour tous les bâtiments nécessite d'être adaptée. Il serait par exemple possible de réglementer la surface des enseignes en fonction de la taille des façades des bâtiments, comme c'est le cas dans le code de l'environnement.

La ZA de Camp Ferrat a la particularité d'être très allongée de part et d'autre de la RD74, qui est soumise à une forte pression de par la densité des enseignes scellées au sol, préenseignes et publicité. De plus, elle est en partie surélevée par rapport à l'axe routier, ce qui rend ces enseignes d'autant plus imposantes. Il est important de mettre en place une réglementation permettant de pallier ces problèmes.

La ZA de la Garonnette, de petite taille et enclavée dans le tissu urbain, ne va pas s'étendre et est peu visible. C'est donc une zone à peu d'enjeux.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

- ✖ Des enseignes scellées au sol trop hautes, trop grandes et trop nombreuses
- ✖ Des enseignes scellées au sol et publicités situées en hauteur
- ✖ Des publicités de trop grande taille
- ✖ Présence de préenseignes interdite au niveau des ronds-points et intersections
- ✖ Taille des enseignes non adaptées à la surface de la façade

ATOUS À VALORISER

- ✖ Enseignes en lettre découpées adaptées à l'architecture des bâtiments
- ✖ Un mobilier urbain publicitaire de petite taille et qualitatif
- ✖ Mise en place de SIL pour éviter les préenseignes au niveau des ronds-points et principales intersections

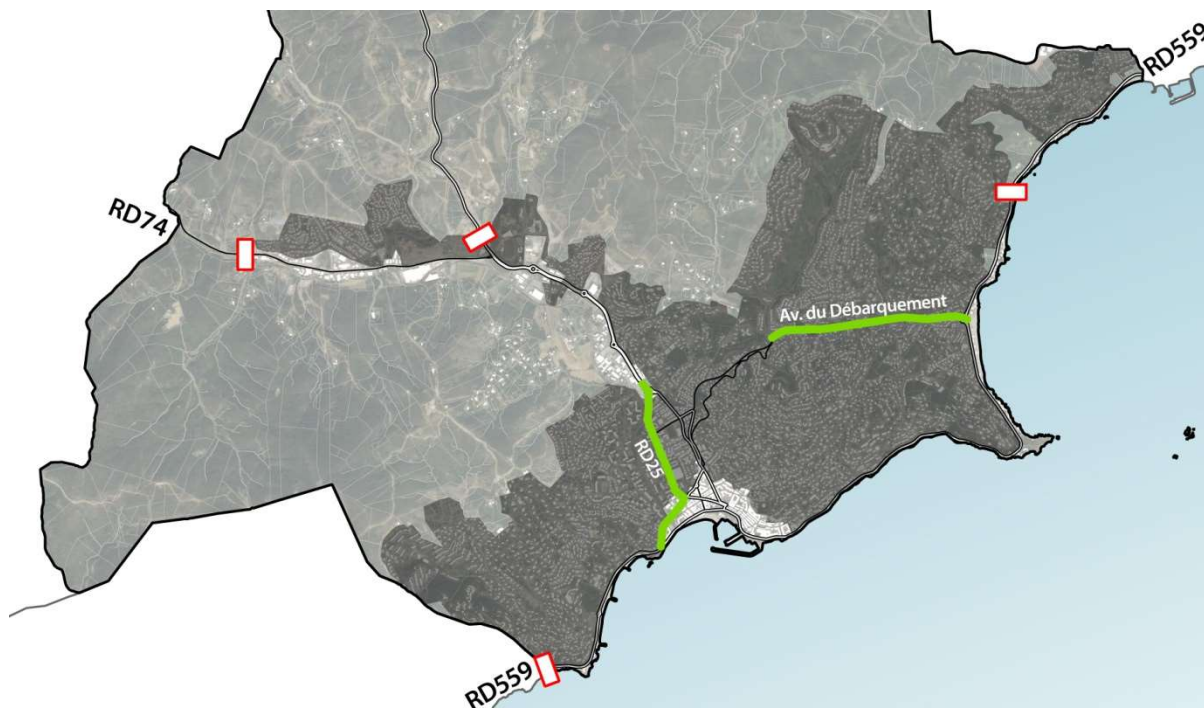
ENJEUX

- ▶ Préserver les vues sur le paysage naturel et les zones naturelles
- ▶ Réduire les enseignes de grande hauteur
- ▶ Réduire la concentration d'enseignes
- ▶ Réduire les publicités de grande taille
- ▶ Réduire l'impact visuel des enseignes scellées au sol sur les terrains en hauteur
- ▶ Faciliter la visibilité des commerces en retrait des axes principaux
- ▶ Mettre en valeur les enseignes en privilégiant les enseignes adaptées aux typologies et à la taille du bâti
- ▶ Harmoniser les enseignes au sein des bâtiments
- ▶ Éviter les enseignes sur clôtures non aveugles
- ▶ Éviter les matériaux peu qualitatifs (bâches) et les couleurs criardes

4. Les pénétrantes de la zone résidentielle

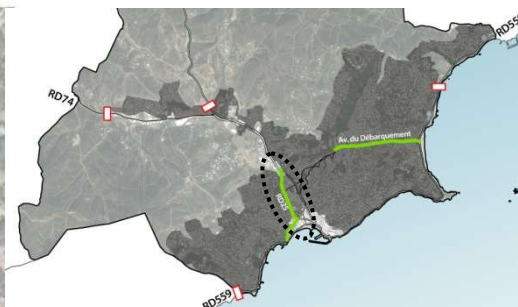
On identifie deux artères qui pénètrent dans les zones résidentielles :

- La RD25, qui traverse le centre-ville selon un axe Nord-Sud
- L'avenue du Débarquement, qui traverse la ville selon un axe Est-Ouest, du littoral à la RD25.



4.1. La RD25 pénétrant dans le centre-ville

SITUATION



La RD25 constitue l'un des axes routiers principaux de Sainte-Maxime. Elle longe en partie le littoral, avant de traverser le centre-ville vers le Nord en direction des zones d'activités, puis vers l'autoroute A8, et est donc soumise à une pression publicitaire importante. La zone traversée est majoritairement résidentielle, mais accueille quelques petits commerces, ainsi qu'un petit centre commercial en bordure de la RD25.

Le secteur étudié dans cette partie est concentré sur la partie de la RD25 comprise entre son intersection avec la route du littoral (RD559) et le rond-point de Neuenbürg.

SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



Sur ce secteur, l'axe de la RD25 est classé dans la zone ZPR2. Cette zone autorise tous types de publicité, au plus grand format (12m²). La réglementation des enseignes est également très permissive pour les petits commerces implantés le long de cette route, puisqu'elle ne limite la surface cumulée de ces enseignes qu'à 10m², et ne limite pas la taille des enseignes scellées au sol.

Tableau récapitulatif des règles de la zone ZPR2 du RLP en vigueur :

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires		Déroatoires
Général	Soumises à autorisation	Smax : 2m ² hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 9m ² hmax : 6m	Smax : 12m ²	Smax : 12m ² hmax : 6m	Smax : 6m ² hmax : 3m	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 4 /manifestation 2 /opération	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 2 / établissement
	Pub. de marque : 3Aff. max		Smax : 10m ² cumulés Pub de marque : 3Aff. max			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		
ZPR2	Soumises à autorisation	Smax : 2m ² hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 9m ² hmax : 6m	Smax : 12m ²	Smax : 12m ² hmax : 6m	Smax : 6m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit
	Aff. de marque : 30% max		Smax : 10m ² cumulés Aff. de marque : 30% max			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 100m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

ANALYSE PAYSAGÈRE

La RD25 traverse à cet endroit une zone à dominante résidentielle, parsemée de quelques commerces de petite taille. Cette traversée est également bordée par un petit centre commercial.

Les commerces sont dans l'ensemble bien intégrés dans leur environnement. Les enseignes scellées au sol sont cependant de taille assez importante et plutôt hautes, comme c'est le cas pour la supérette (2).



Le fast food possède une enseigne scellée au sol (drapeau) de très haute taille, découpée sur le ciel.



On note également la présence de SIL (Signalisation d'Information Locale) indiquant la direction des commerces au niveau des principales intersections. Ces SIL sont préférables à de grandes préenseignes. Elles sont cependant mieux intégrées sur des petits portiques (1, 3) qu'en hauteur (4).



Les publicités et préenseignes de grand format (4x3) sont également omniprésentes dans la zone. Celles-ci sont trop imposantes et s'intègrent mal dans le paysage urbain, se découpant sur le ciel, devant des façades non aveugles, implantées sur un trottoir, ou encore placées très proches des panneaux de signalisation routière et nuisant à leur lisibilité.

Afin de limiter ces désagréments, il faut privilégier l'implantation de ces préenseignes et publicités sur le mobilier urbain, ou encore réduire la taille autorisée des publicités (A)

Le centre commercial est situé en retrait par rapport à la RD25. L'entrée du centre, ainsi que la façade des commerces sont peu visibles depuis l'axe routier à cause de la présence de

nombreuses enseignes scellées au sol de grande taille en hauteur. Ces enseignes sont cependant nécessaires pour indiquer la présence des commerces non visibles depuis la route. Il serait nécessaire d'harmoniser ces enseignes, afin de rendre l'ensemble plus lisible, réduire leur taille, et les placer de façon à ne pas cacher les façades des commerces, ou de mettre en place des SIL, ce qui serait plus qualitatif. (7)



L'enseigne du centre commercial, en lettres découpées, s'intègre bien à l'architecture du bâtiment (8). Cependant, l'enseigne rectangulaire de la pharmacie nuit à la perception des arcades, et s'intègre peu à la structure (9). De même, les enseignes en tête de pilier sont surnuméraires et peu intégrées au bâtiment.

Les auvents en partie haute des arcades sont bien intégrés. Des barres ont d'ailleurs été installées pour aider à accrocher ce type de dispositif. Cependant, l'un des auvents occulte totalement l'ouverture, ce qui nuit à son intégration à l'architecture du bâtiment. (8)





La pharmacie possède également une enseigne en drapeau lumineuse. Celle-ci dépasse du toit de la structure, et s'intègre donc peu au bâtiment. (9)



Certaines façades commerciales sous les arcades sont recouvertes d'enseignes et de publicités (9) (10). Celles-ci, sont parfois de couleur criarde et peu qualitatives. (10)

Infractions constatées :**× Des enseignes recouvrant la totalité des façades**

La surface maximale autorisée pour les enseignes sur façade est 25% de la surface de la façade pour les façades de surface inférieure à 50m².

× Enseigne scellée trop haute

Le RLP limite la hauteur des enseignes scellées au sol à 3m à partir du terrain naturel.

Cette portion de la RD25, qui traverse une partie résidentielle de la ville, est située dans la zone ZPR2 du zonage du RLP. Le règlement de cette zone est très permissif, il autorise tous les types de publicité, avec un format pouvant aller jusqu'à 12m². La RD25, principal axe de circulation de Sainte-Maxime, est fortement soumise à la pression publicitaire en raison du fort trafic qu'elle charrie. La publicité impacte fortement cette zone résidentielle, les affiches étant mises en place devant des façades, ou au milieu des trottoirs. Les règles concernant ces publicités nécessitent d'être adaptées pour réduire la taille de ces affiches, ainsi que leur nombre, en n'autorisant par exemple la publicité que sur le mobilier urbain.

Les commerces présents dans cette zone sont de très petite taille. La réglementation concernant les enseignes est donc très permissive puisqu'elle autorise une surface cumulée d'enseignes de 10m². Les façades commerciales étant souvent de surface inférieure à 40m², cette surface autorisée est moins restrictive que les 25% de la surface de la façade autorisés par le code de l'environnement. Ainsi, les petits commerces du centre commercial recouvrent leurs façades d'enseignes, ce qui est très peu qualitatif. Les enseignes scellées au sol sont également autorisées dans la zone. La surface de ces enseignes étant limitée à 2m² par le RLP, celles-ci sont souvent de taille assez importante, et dépassent souvent la hauteur autorisée de 3m dans le cas des drapeaux. Ces enseignes scellées au sol impactent en particulier le centre commercial, coupant la visibilité sur les bâtiments. Il est donc important de restreindre davantage la taille de ces enseignes scellées au sol.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES**× Des publicités et préenseignes de très grande taille**



- × Des enseignes de grande taille, peu homogènes et gênant la visibilité des façades commerciales



- × Des enseignes recouvrant toute la façade ou masquant les ouvertures, de couleur criarde



LES ATOUTS À VALORISER

- × Des enseignes en lettres découpées

La finesse des inscriptions des enseignes en lettres découpées permet une bonne intégration aux façades, tout en permettant une bonne lisibilité.



× **Les SIL, des préenseignes discrètes et de taille raisonnable**



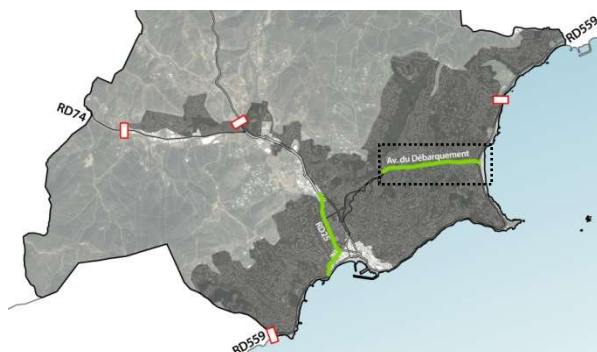
Les SIL, sobres, lisibles et discrètes, s'intègrent bien dans l'environnement. Il faut cependant faire attention à ne pas surcharger les dispositifs directionnels afin de garder une bonne visibilité. La mise en place d'un mobilier urbain sobre et intégré permettant l'affichage pour les commerces est à favoriser.

ENJEUX

- ▶ Préserver la RD25 des préenseignes et publicités de grande taille
- ▶ Favoriser la visibilité sur le centre commercial
- ▶ Travailler la qualité des façades commerciales du centre commercial

4.2. L'Avenue du Débarquement

SITUATION



L'Avenue du Débarquement, qui prolonge la Route de Jean Corona, constitue l'un des axes secondaires de desserte de Sainte-Maxime. Orienté Est- Ouest, il fait le lien entre le littoral Est et la route du Plan de la Tour, qui rejoint la D25 en direction des sorties Nord et Ouest de la ville.



SITUATION PAR RAPPORT AU RLP EN VIGUEUR



L'avenue du Débarquement est située dans la zone ZPA3 du RLP. Celle-ci interdit la mise en place de publicités, hors mobilier urbain, ce qui permet de préserver cet axe assez passant, qui traverse une zone résidentielle, et possède peu de commerces.

Tableau récapitulatif des règles du RLP

Zones du RLP 2004	Enseignes					Publicité			Enseignes	Préenseignes	
	Lumineuses	Scellées au sol	En drapeau	Murale	Sur toiture	Mobilier urbain	Mural	Portatif	Temporaires		Dérogatoires
ZPA3	Soumises à autorisation	Smax : 2m ² hmax : 3m	hmin : 2,50m 0,50m min /arête du trottoir Saillie max : 1m support compris	/	Autorisation exceptionnelle Lettres découpées de hmax 1m Ne pas dépasser le faîtage du toit	Smax : 2m ² hmax : 3m	Interdit	Interdit	Smax : 6m ² hmax : 3m	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 4 /manifestation 2 /opération	Smax : 1,50m ² hmax : 3m Hors agglomération 2 / établissement
	Aff. . de marque :NON		Smax : 10m ² cumulés Aff. . de marque : NON			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m Rayon d'interdiction giratoire : 150m			Interdistance entre 2 dispositifs : 200m		

ANALYSE PAYSAGÈRE

L'Avenue du Débarquement s'inscrit dans la continuité de la route Jean Corona et de l'Avenue du Débarquement, toutes deux en sens unique, qui se rejoignent au niveau du rond-point du Golf. C'est une route 1x1 voie bordée par des pistes cyclables, parfois séparée par un terreplein central végétalisé, qui traverse une zone résidentielle, qui accueille quelques commerces, en particulier de petits hôtels.

Au niveau de l'entrée de l'avenue du Débarquement au niveau du rond-point du Golf, on observe la mise en place de préenseignes au niveau des panneaux directionnels. Des SIL ont pourtant été mises en place pour indiquer ces commerces au niveau de l'intersection, à cet effet. (1)



Au niveau de l'intersection avec la rue des Eucalyptus se trouve un restaurant. Celui-ci a mis en place de nombreuses enseignes, enseigne scellée, enseignes murales, enseignes en drapeau, de grande taille et d'un rouge agressif. L'enseigne scellée est de plus redondante avec l'enseigne murale, bien visible sur le bâtiment. (2) (3) Ces enseignes nécessitent d'être réduites en nombre, et d'être mieux intégrées au bâtiment.





La route est bordée par quelques hôtels. Un hôtel (4) possède une enseigne très qualitative, peinte sur le mur de la propriété. Un deuxième hôtel (5) a quant à lui installé deux enseignes scellées au sol très rapprochées et plutôt hautes, et qui s'intègrent moins bien dans le paysage. L'une de ces enseignes mériterait d'être supprimée, l'autre ne devrait pas dépasser la hauteur du mur, pour ne pas cacher le bâtiment situé en hauteur.



Au niveau de l'intersection avec le chemin de la Nartelle se trouve une jardinerie. Celle-ci possède deux enseignes de couleur jaune fluorescente et de taille assez importante. L'enseigne scellée devrait également être mise en place plus bas, pour ne pas dépasser la clôture et ne pas se découper sur les arbres. (6)

On remarque également la présence de deux préenseignes situées au niveau de l'intersection.



Le mobilier urbain, de petite taille, s'intègre bien le long de cette route. (8).

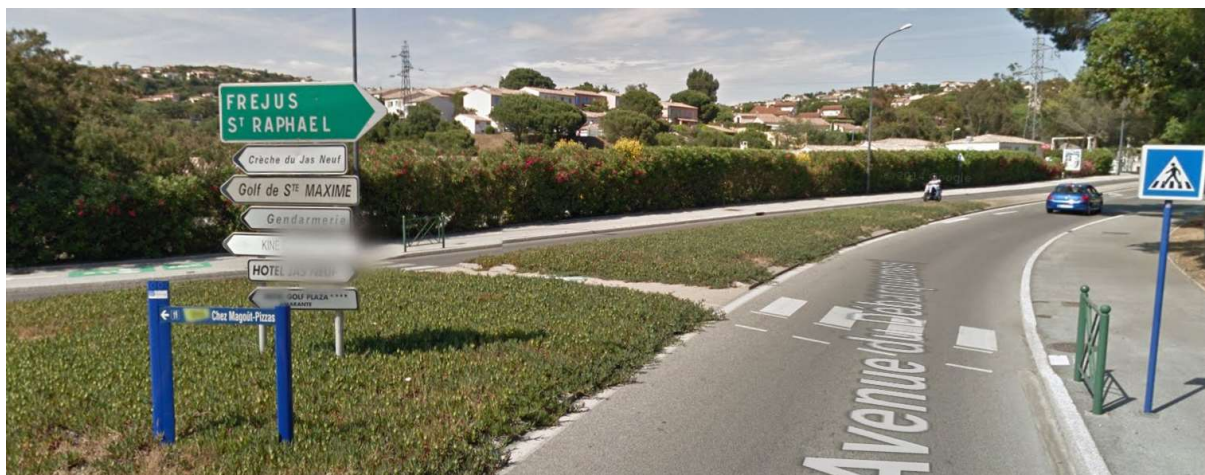


ANALYSE JURIDIQUE

Infractions constatées :

✗ Présence de préenseignes sur panneaux directionnels

Le code de l'environnement interdit la mise en place de préenseignes sur les panneaux directionnels.



✗ Présence de publicité dans un rayon de 150m autour d'un giratoire



L'avenue du Débarquement est dans l'ensemble bien préservée, du fait de l'interdiction publicitaire dans cette zone, qu'il faut conserver. Cependant, la réglementation des enseignes est assez permissive, et quelques commerces utilisent des enseignes de grande taille par rapport à celle du commerce, et nombreuses, ainsi que de couleur assez agressive, ce qui nuit à leur intégration.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES RENCONTRÉES

✗ Des enseignes nombreuses et de couleur agressive

Pour mieux s'intégrer au bâtiment et dans le paysage, il serait nécessaire de réduire le nombre d'enseignes et d'utiliser des enseignes de couleur moins agressive.



ATOUTS À VALORISER

- ✕ **Enseigne peinte, bien intégrée au mur**

Cette enseigne peinte sur le mur donne un rendu très qualitatif.



ENJEUX

- Augmenter la qualité des enseignes des commerces

SYNTHÈSE Pénétrantes de la zone résidentielle

Les artères pénétrantes sont soumises à une forte pression publicitaire. L'avenue du Débarquement, contrairement à la RD25 qui traverse la zone résidentielle, a été bien protégée de ces publicités.

Ces artères sont bordées de peu de commerces. Il est donc nécessaire de les rendre visibles en mettant en place des dispositifs qualitatifs, afin de ne pas nuire à la qualité des quartiers résidentiels.

La RD25 est bordée d'un centre commercial, impacté par les enseignes scellées au sol, et aux enseignes peu intégrées à l'architecture des façades qu'il convient de mettre en valeur.

ANALYSE JURIDIQUE

L'avenue du Débarquement a été bien protégée de la pression publicitaire, avec l'interdiction de mettre en place de la publicité dans cette zone. Une protection similaire devrait être mise en place au niveau de la RD25, qui est jalonnée de publicités de grand format.

PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES SOULEVÉES

✗ Des enseignes nombreuses et de couleur agressive

Pour mieux s'intégrer au bâtiment et dans le paysage, il serait nécessaire de réduire le nombre d'enseignes et d'utiliser des enseignes de couleur moins agressive.



✗ Des publicités et préenseignes de très grande taille sur la RD25



- × Des enseignes de grande taille, peu homogènes et gênant la visibilité des façades commerciales



- × Des enseignes recouvrant toute la façade et de couleur criarde



ATOUTS À VALORISER

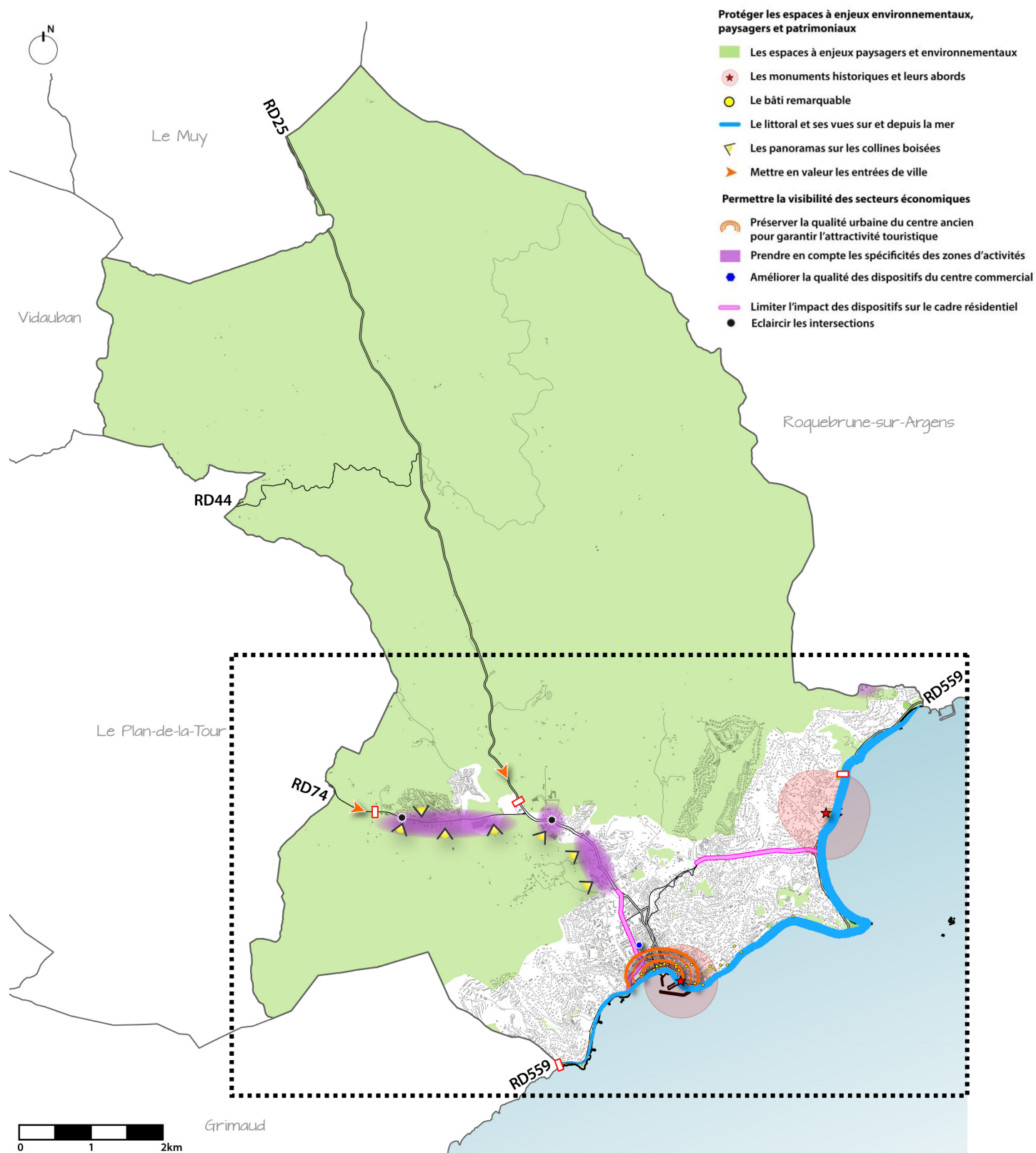
- × Quelques enseignes bien intégrées aux bâtiments

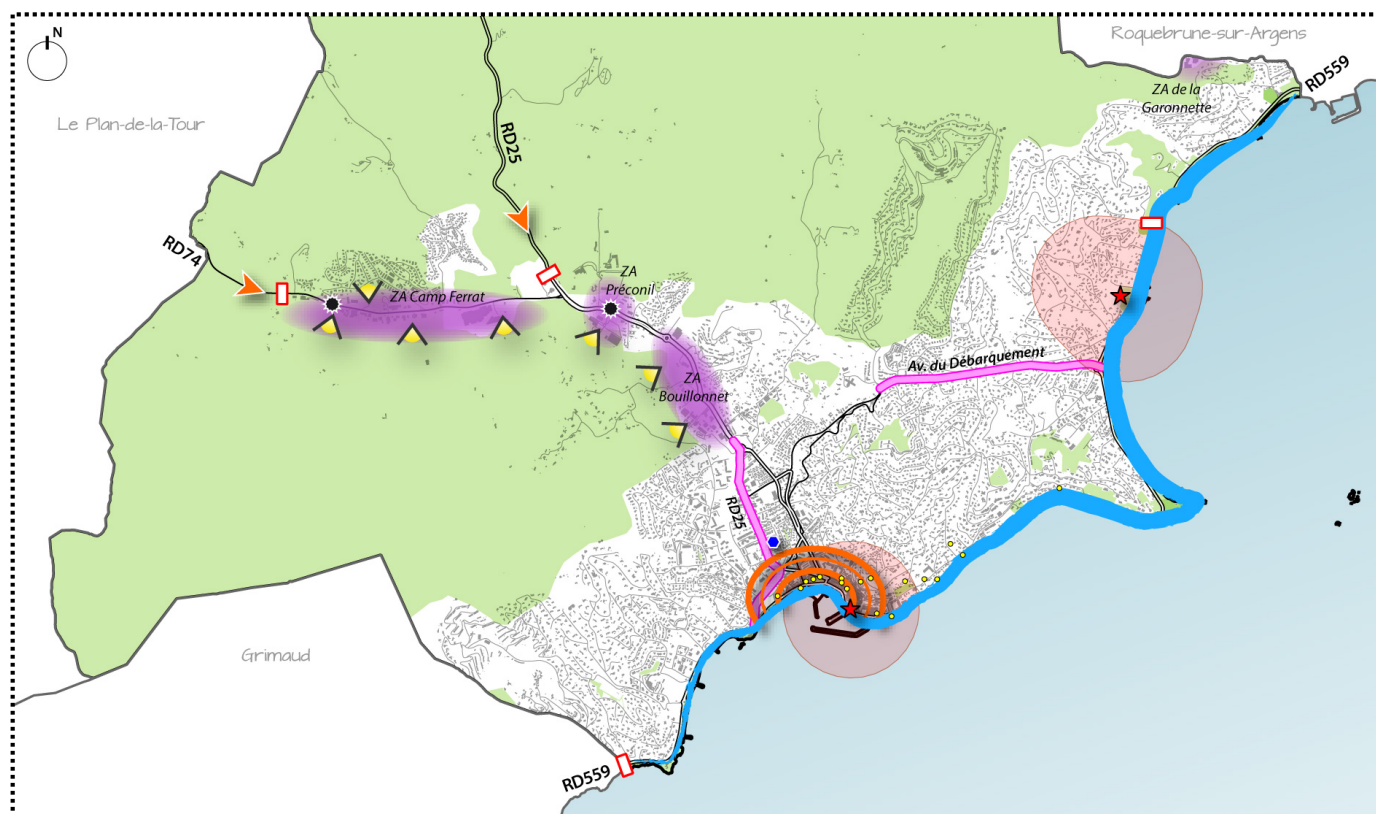


ENJEUX

- ▶ Protéger le cadre résidentiel de la pression publicitaire
- ▶ Mettre en valeur et rendre visibles les commerces de façon qualitative
- ▶ Mettre en valeur le centre commercial à l'aide d'une réglementation spécifique

SYNTHÈSE DES ENJEUX ET ORIENTATIONS SUR LE TERRITOIRE





Carte des enjeux : zoom

Protéger les espaces à enjeux environnementaux, paysagers et patrimoniaux

- Les espaces à enjeux paysagers et environnementaux
- ★ Les monuments historiques et leurs abords
- Le bâti remarquable
- Le littoral et ses vues sur et depuis la mer
- ▼ Les panoramas sur les collines boisées
- ▶ Mettre en valeur les entrées de ville

Permettre la visibilité des secteurs économiques

- ⌋ Préserver la qualité urbaine du centre ancien pour garantir l'attractivité touristique
- Prendre en compte les spécificités des zones d'activités
- ◆ Améliorer la qualité des dispositifs du centre commercial
- Limiter l'impact des dispositifs sur le cadre résidentiel
- Eclaircir les intersections

CONCLUSION

Sainte-Maxime est impactée de façon différenciée par les enseignes, préenseignes et publicités sur son territoire.

La commune se caractérise par un tissu économique multipolaire, avec des commerces dédiés essentiellement au tourisme au niveau du centre ancien et du littoral, et des zones d'activités au nord de la ville.

La commune est traversée par 4 axes majeurs, qui subissent une forte pression publicitaire :

- La RD74 et une partie de la RD25, qui traversent les zones d'activité
- La RD559, qui longe le littoral
- L'avenue du Débarquement, et la deuxième partie de la RD25, qui traversent les secteurs résidentiels du centre-ville.

La commune possède également de forts enjeux environnementaux, avec des paysages naturels à préserver, notamment au niveau du littoral et de la ZA de Camp Ferrat, qui possèdent des vues très intéressantes, et sont particulièrement impactés par les dispositifs scellés et la publicité.

Le centre-ville, ainsi que le littoral qui le borde, est assez peu impacté. Il respecte en règle général la charte de qualité des devantures maximoises, ce qui donne un rendu de qualité, et homogène. Il est nécessaire d'intégrer cette charte au RLP, afin de la rendre opposable juridiquement.

Le littoral Est et Ouest est quant à lui très impacté par les dispositifs scellés, qu'il convient de réglementer plus fortement, pour mettre en valeur les vues littorales.

Les zones d'activités sont dans l'ensemble qualitatives, à l'exception de la ZA de Camp Ferrat, particulièrement impactée par les enseignes scellées au sol et la publicité, qu'il convient de réglementer pour mettre en valeur les vues sur les collines. Il est également nécessaire de mettre en place une réglementation prenant en compte les spécificités de ces zones d'activités.

Les pénétrantes de la zone résidentielle ont fait l'objet de mesures de protection très différentes par rapport à la publicité. L'avenue du Débarquement a été épargnée, alors que la RD25 est jalonnée de publicités de grand format. Il est nécessaire de la protéger au même titre que l'avenue du Débarquement, afin de préserver le quartier résidentiel. Les rares commerces qui bordent ces artères doivent également être mis en valeur, en augmentant leur visibilité à l'aide de dispositifs qualitatifs.

Le reste du territoire, au caractère résidentiel et naturel, peu ou pas impacté, doit être protégé à travers une réglementation spécifique, plus restrictive que la loi.

Ainsi, le RLP devra être adapté, autant au niveau du zonage que de la réglementation.

Son zonage devra évoluer pour intégrer les secteurs actuellement non réglementés et en adaptant notamment le classement du périmètre de l'agglomération. Il devra intégrer les évolutions urbaines depuis 2004 et anticiper les évolutions à venir (zones AU, secteurs OAP).

Enfin, la réponse aux besoins de visibilité des acteurs économiques se trouve confrontée à la volonté de préservation et de revalorisation du paysage, le long du littoral et dans la ZA de Camp Ferrat. Pour répondre à ce double objectif, la commune doit mener une politique de signalisation locale visant à :

- Signaler les grandes centralités commerciales ;
- Prévoir des dispositifs communs pour les groupements d'activités ;
- Limiter l'impact de la publicité (en termes de surface et de densité) en prenant en compte la sécurité routière, les enjeux paysagers et patrimoniaux.

Partie II Orientations tirées des enjeux

Rappel des objectifs de la révision du RLP fixés par la commune de Sainte Maxime

Lors du diagnostic établi en première partie du présent rapport de présentation, la révision du Règlement Local de Publicité de 2004 est apparue nécessaire, notamment en raison de l'évolution de la réglementation nationale relative aux publicités, préenseignes et enseignes et par rapport au développement de la commune.

Ainsi de nouveaux objectifs communaux ont été exprimés dans la délibération du conseil municipal en date du 21 décembre 2017 prescrivant la révision du règlement local de publicité :

- ✕ Redéfinir les zones conformément à l'évolution du territoire dont les limites d'agglomération ont été modifiées ;
- ✕ Mettre en adéquation le RLP 2G avec la création des nouvelles zones commerciales (expansion de la zone artisanale et commerciale du Camp Ferrat création de la zone du moulin) ;
- ✕ Fixer une surface maximum pour les enseignes sur bâtiments adaptée aux commerces disposant d'une devanture commerciale supérieure à 50 m². Le RLP 1 G les limite à 10 m² – toute surface confondue (le RNP à 15 % de la surface de la devanture commerciale) ;
- ✕ Harmoniser les enseignes par secteur (prise en compte des prescriptions fixées par la charte de qualité pour les terrasses et devantures maximisées) ;
- ✕ Encadrer les enseignes et pré enseignes temporaires (durées et surfaces) ;
- ✕ Réglementer les enseignes posées ou installées directement au sol (afin d'éviter la prolifération intempestive de dispositif portatif type oriflamme, kakémono, etc.) ;
- ✕ Adapter la réglementation applicable au mobilier urbain aux besoins de la commune ;
- ✕ Définir la publicité pouvant être autorisée aux entrées de la ville ;
- ✕ Harmoniser les enseignes scellées au sol ;
- ✕ Réglementer les dispositifs lumineux (affiches éclairées par projection ou transparence, publicité numérique, enseigne à faisceau de rayonnement laser) ;
- ✕ Réglementer l'éclairage des enseignes lumineuses (fixer des horaires d'extinction).

Les orientations du RLP définies par secteur

Afin de remplir ses objectifs et compte tenu des enjeux tirés du diagnostic établi sur le territoire, la commune de **Sainte Maxime** s'est fixée des orientations en matière de publicité, de préenseignes et d'enseignes. Dans tous les cas, il s'agit de **concilier la dynamique des activités économiques avec le respect du cadre de vie et les spécificités de chaque secteur**.

Secteur 1 : Centre-ville

► Le centre ancien

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► Un ensemble urbain homogène de grande qualité avec des commerces en rez-de-chaussée ► Un bâti assez bas (R+1-R+2, localement en R+3), à l'architecture typique provençale, dont quelques bâtiments identifiés au PLU. ► Des rues étroites, sur lesquelles s'avancent des terrasses, majoritairement piétonnes, impactées par des enseignes en drapeau. ► De nombreux restaurants, qui affichent menus et chevalets. ► Un centre historique préservé des préenseignes et des publicités. ► Des enseignes globalement bien intégrées aux devantures. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPR4. ► Secteur situé dans le périmètre de protection du monument historique de la Tour Carrée. ► Influence de la charte de qualité pour les terrasses et devantures Maximoises, bien plus adaptée que le RLP, qui apporte une grande qualité concernant les dispositifs mis en place.	► Mettre en valeur l'architecture typique provençale du centre ancien avec des dispositifs qualitatifs et en protégeant les étages ► Ouvrir les rues étroites en évitant les dispositifs en saillie par rapport aux façades. ► Intégrer les avancées de terrasse à l'espace public à l'aide d'enseignes appropriées. ► Mettre en place une réglementation adaptée à l'économie touristique du secteur (menus et chevalets). ► Faire appliquer la charte et le RLP	► Mettre en place un zonage restrictif intégrant les préconisations de la charte de qualité pour les terrasses et devantures Maximoises au RLP. ► Interdire les enseignes en drapeau ► Mettre en place une réglementation spécifique pour les menus et chevalets, en les distinguant des autres enseignes scellées ou posées au sol ► Interdire les enseignes scellées ou posées au sol (autres que chevalet ou menu nécessaires à l'activité de restauration)

► L'extension du centre ancien

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► Un ensemble urbain homogène de qualité avec des commerces en rez-de-chaussée. ► Un bâti de grande hauteur (R+4-R+5), à l'architecture moderne. ► Des rues larges, pour certaines circulées en sens uniques, bordées de stationnement. ► Des trottoirs larges isolés de la circulation par les stationnements, et des traversées apaisées pour les piétons, parfois impactés par des préenseignes posées au sol (chevalets et drapeaux). ► Des enseignes globalement bien intégrées aux devantures, même si plusieurs façades sont entièrement masquées par les enseignes. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPR3 ► Une réglementation trop souple du RLP concernant les enseignes, peu adaptée au contexte urbain. ► Secteur situé en grande partie dans le périmètre de protection du monument historique de la Tour Carrée. ► Influence de la charte de qualité pour les terrasses et devantures Maximoises, plus stricte que le RLP, qui apporte de la qualité concernant les dispositifs mis en place.	► Préserver la qualité de cette extension du centre ancien, en insistant sur l'insertion des enseignes par rapport à l'architecture des bâtiments, et sur l'homogénéité des enseignes entre les commerces. ► Préserver les cheminements piétons des préenseignes.	► Créer une réglementation plus stricte concernant la taille, le nombre et la qualité des enseignes. ► Mettre en place une réglementation spécifique pour les menus et chevalets, en les distinguant des autres enseignes scellées ou posées au sol ► Interdire les enseignes scellées ou posées au sol (autres que chevalet ou menu nécessaires à l'activité de restauration).

Secteur 2 : Le littoral

► Littoral urbain

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► Le littoral urbain constitue un ensemble hétérogène. On distingue quatre tendances au niveau du linéaire bâti qui borde le centre-ville : - Un bâti assez bas (R+1-R+2, localement en R+3), à l'architecture typique provençale, dans la continuité du centre ancien, entre la Tour Carrée et la place Louis Blanc, qui accueille des commerces touristiques similaires à ceux du centre ancien, avec de nombreuses avancées de terrasses. - Une interruption des commerces, et de l'alignement sur la voie des bâtiments entre la place Louis Blanc et la Traverse des Lauriers Roses, qui laisse place à des jardins protégés au titre d'espaces boisés classés - Un bâti plus haut, à l'architecture moderne, plus comparable à celle de l'extension du centre ancien, et qui accueille une typologie de commerces similaire, entre la Traverse des Lauriers Roses et la rue Théodore Botrel. - Les parties Est, de la Tour Carrée à la zone résidentielle, et Ouest, d'autre part du Préconil, entre la rue Magali et la RD25, comportent des bâtiments à l'architecture moderne, de plus grande hauteur (R+5-R+10), mais aux problématiques similaires à celles de la zone précédente. ► Le linéaire côté mer, situé en espace naturel accueille quant-à-lui :	► Adapter la réglementation aux différents secteurs du littoral urbain (secteur associé au centre ancien, à l'extension du centre ancien). ► Préserver la qualité du littoral urbain. ► Porter une attention particulière à l'intégration des dispositifs au niveau du littoral urbain situé en espace naturel. ► Porter une attention particulière à l'intégration des dispositifs sur les bâtiments à l'architecture remarquable.	► Créer une réglementation adaptée aux différents secteurs du littoral, en rattachant certains secteurs aux secteurs du centre ancien et de son extension qui montrent des problématiques similaires ► Créer un zonage propre aux espaces naturels du littoral urbain

- Le port, qui accueille au niveau du Quai Léon Condroyer un linéaire de commerces en rez-de-chaussée, surmonté d'un restaurant-terrasse de grande taille. - La plage du Casino, qui accueille plusieurs restaurants de plage et soulève la problématique des drapeaux de grande hauteur ► Le littoral urbain compte plusieurs bâtiments à l'architecture remarquable, ainsi que le monument historique de la Tour Carrée. ► Des enseignes globalement bien intégrées aux devantures, en particulier au niveau du centre ancien. On note cependant plusieurs façades masquées par les enseignes, et une utilisation abusive des enseignes au niveau du restaurant du port. L'ensemble bâti de l'autre côté du fleuve Préconil montre également une problématique au sujet des enseignes en drapeau. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPR4 ► Une réglementation trop souple du RLP concernant les enseignes, peu adaptée au contexte urbain ► Secteur situé en grande partie dans le périmètre de protection du monument historique de la Tour Carrée ► Influence de la charte de qualité pour les terrasses et devantures Maximoises, plus stricte que le RLP, qui apporte de la qualité concernant les dispositifs mis en place. On note particulièrement cette influence au niveau du littoral qui borde le centre ancien. Le littoral n'est cependant pas compris dans le périmètre de la charte		
--	--	--

► Littoral Est

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► La première partie du littoral, du port à la Pointe des Sardinaux, est une zone pavillonnaire. Celle-ci ne dispose pas de commerce et est bien préservée de la publicité. ► Le site inscrit la pointe des Sardinaux, est également préservé. ► La deuxième partie du littoral, de la Pointe des Sardinaux à la limite de l'agglomération est bordée par des plages, sur lesquelles sont implantés des bars et restaurants. Quelques hôtels et campings sont implantés sur le linéaire résidentiel. Cette partie est particulièrement impactée par les enseignes scellées au sol (drapeaux en particulier), publicités, et préenseignes de grande taille. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPA1 et ZPA4 ► Une réglementation trop souple du RLP concernant les enseignes. ► Une interdiction des publicités et préenseignes non respectée ► Les prescriptions de hauteur des enseignes scellées au sol ne sont pas respectées ► Secteur situé en grande partie dans le périmètre de protection du monument historique de la Villa Bellevue	► Préserver le paysage littoral, en particulier les plages, des enseignes scellées au sol de grande hauteur et de la publicité. ► Augmenter la visibilité des commerces en retrait avec des dispositifs qualitatifs. ► Limiter le nombre d'enseignes par commerces et favoriser leur intégration.	► Faire appliquer l'interdiction de publicités et de préenseignes. ► Créer un zonage spécifique pour les activités des espaces naturels du littoral (plages). ► Mettre en place une réglementation des enseignes scellées au sol moins permissive et veiller à son application. ► Réglementer de façon plus stricte la taille, le nombre et la qualité des enseignes. ► Réglementer les dispositifs de type auvent pour favoriser leur utilisation pour les restaurants de plage situés en contrebas.

► Littoral Ouest

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► Le littoral Ouest borde une zone pavillonnaire. Cette zone accueille quelques commerces, majoritairement des hôtels et restaurants, ainsi qu'une station service. Ces commerces sont peu visibles depuis la voie, celle-ci étant bordée de murs de haute taille, et utilisent des enseignes scellées au sol de grande taille pour se rendre visibles. ► La plage en contrebas accueille quelques restaurants, qui se rendent visibles depuis la voie par de grandes enseignes scellées au sol ainsi que par des drapeaux. ► La station service se signale par une accumulation d'enseignes scellées ou installées au sol colorées peu qualitatives. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPA1 et ZPA4 ► Une réglementation trop souple du RLP concernant les enseignes. ► Une interdiction des publicités et préenseignes non respectée ► Les prescriptions de hauteur des enseignes scellées ne sont pas respectées ► Secteur situé en grande partie dans le périmètre de protection du monument historique de la Villa Bellevue	► Préserver le paysage littoral, en particulier les plages, des enseignes scellées au sol de grande hauteur et de la publicité. ► Augmenter la visibilité des commerces en retrait avec des dispositifs qualitatifs. ► Limiter le nombre d'enseignes par commerces et favoriser leur intégration.	► Faire appliquer l'interdiction de publicités et de préenseignes. ► Créer un zonage spécifique pour les activités des espaces naturels du littoral (plages). ► Mettre en place une réglementation des enseignes scellées au sol moins permissive et veiller à son application ► Réglementer de façon plus stricte la taille, le nombre et la qualité des enseignes ► Réglementer les dispositifs de type auvent pour favoriser leur utilisation pour les restaurants de plage situés en contrebas ► Réglementer les enseignes sur clôtures non aveugles pour les favoriser par rapport aux enseignes scellées au sol pour les activités de la zone pavillonnaire

Secteur 3 : Les zones d'activité

► Zone d'activité du Bouillonnet

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► On distingue deux parties dans ce secteur : - La RD25, route principale à deux fois deux voies, séparées par un terre-plein central paysagé, bordée de bâtiments d'activité de taille moyenne, aux enseignes globalement bien intégrées. On note cependant quelques enseignes scellées au sol de grande taille. - La zone commerciale, située en contrebas de la RD25 à l'Ouest, qui accueille des commerces de plus grande taille, également visible depuis la voie. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPR1 le long de la RD25, non réglementé pour la zone commerciale. ► Une réglementation de la taille des enseignes peu adaptée aux problématiques commerciales des zones d'activité.	► Valoriser les aménagements urbains de la RD25 et lui redonner un statut de boulevard urbain. ► Préserver la qualité de la RD25 en la protégeant des affichages commerciaux (publicité, enseignes scellées au sol). ► Adapter la taille des enseignes et les dispositifs aux spécificités de la zone commerciale et à la taille des commerces.	► Adapter la réglementation des enseignes aux tailles des façades des établissements. ► Réglementer la taille des publicités et préenseignes, ainsi que les enseignes scellées au sol pour limiter leur impact sur la RD25.

► Zone d'activité du Préconil

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► On distingue trois parties dans ce secteur : - La RD25, route principale à deux fois deux voies, séparées par un terre-plein central paysagé, bordée de bâtiments d'activité de taille moyenne, aux enseignes globalement bien intégrées. On note cependant des enseignes scellées et préenseignes de grande taille. - La zone commerciale, située en contrebas de la RD25 au Sud, qui accueille des commerces de plus grande taille, également visibles depuis la voie. - La zone d'équipements de loisirs au Nord, peu visible depuis la voie, mais dont les terrains bordent la voie, et permettent l'implantation d'enseignes scellées au sol visibles depuis celle-ci. ► Le giratoire central est impacté par les enseignes scellées au sol et préenseignes de grande taille. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPR1 le long de la RD25, non réglementée pour la zone commerciale et la zone d'équipement. ► Une réglementation de la taille des enseignes peu adaptée aux problématiques commerciales des zones d'activités. ► Une interdiction publicitaire autour des giratoires non respectée.	► Préserver la qualité de la RD25 en la protégeant des affichages commerciaux (publicité, enseignes scellées). ► Adapter la taille des enseignes et les dispositifs aux spécificités de la zone commerciale et à la taille des commerces. ► Réduire l'impact paysager des dispositifs scellés au sol (enseignes, publicité, préenseignes), en particulier des dispositifs situés en hauteur par rapport à la voie	► Adapter la réglementation des enseignes aux tailles des façades des commerces. ► Réglementer la taille des publicités et préenseignes, ainsi que les enseignes scellées au sol pour limiter leur impact sur la RD25. ► Réglementer plus strictement la taille et le nombre des dispositifs scellés au sol, les interdire sur les terrains en hauteur.

► Entrée Nord de la ville

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► L'entrée Nord de la ville est une interface entre l'espace naturel de la plaine des Maures et les activités qui bordent la RD25. Les dispositifs mis en place au niveau des activités, à l'entrée de l'agglomération comme hors agglomération sont peu intégrés, en particulier les enseignes scellées au sol et enseignes sur clôture. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPA5 ► Une réglementation des enseignes très souple.	► Valoriser cette zone pour son intérêt naturel et par sa qualité d'entrée de ville.	► Conserver l'interdiction publicitaire ► Réglementer plus strictement les enseignes, en particulier enseignes scellées au sol et enseignes sur clôture en agglomération comme hors agglomération.

► Zone d'activité de Camp Ferrat

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► La zone d'activité de Camp Ferrat s'étend le long de la RD74. Très linéaire, elle offre un panorama intéressant sur un paysage de collines boisées. ► Elle est entrecoupée d'espaces végétalisés, à dominante résidentielle. ► Elle accueille dans sa partie Est, ainsi qu'en son centre de grands bâtiments d'activités et des poches d'activités de taille moyenne à petite. Ces activités s'affichent le long de l'axe par une multitude d'enseignes scellées au sol. ► Sur sa partie Ouest, elle accueille une zone à dominante artisanale, surélevée par rapport à l'axe routier, accessible par l'avenue des artisans. C'est sur cette colline que s'ouvre l'entrée de ville Ouest. Les bâtiments de cette zone artisanale sont des maisons à l'architecture provençale, semblables à celles de la zone résidentielle située à l'arrière. ► Cette zone est également particulièrement impactée par les publicités de grande taille, d'autant plus lorsque celles-ci sont situées en hauteur. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPA2 le long de la RD74, non réglementé sinon. ► Une réglementation des enseignes très souple, en particulier pour les enseignes scellées au sol.	► Redonner une nouvelle image à la RD74. ► Préserver les vues sur le paysage naturel. ► Préserver les espaces de respiration dans la zone d'activités. ► Préserver l'entrée de ville. ► Réduire l'impact paysager des dispositifs scellés au sol (enseignes, publicité, préenseignes), en particulier des dispositifs situés en hauteur par rapport à la voie. ► Adapter la taille des enseignes et les dispositifs aux spécificités de la zone commerciale et à la taille des commerces.	► Réglementer plus strictement la taille et le nombre des dispositifs scellés au sol, les interdire sur les terrains en hauteur. ► Mettre en place différents zonages d'autorisation publicitaire sur le secteur pour préserver les espaces de respiration, ainsi que la zone artisanale en entrée de ville.

► Zone d'activité de la Garonnnette

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► Zone d'activité de petite taille accueillant deux bâtiments aux enseignes dans l'ensemble bien intégrées <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : non réglementée	► Préserver la qualité de la zone d'activité	► Mettre en place une réglementation adaptée à cette petite zone d'activités.

Secteur 4 : Les pénétrantes de la zone résidentielle

CONSTATS	ENJEUX & OBJECTIFS	ORIENTATIONS
<u>Constat urbain, paysager & tissu publicitaire</u> ► Les pénétrantes de la zone résidentielle accueillent peu de commerces. ► La RD25 est soumise à une forte pression publicitaire qui impacte le cadre de vie de ce quartier résidentiel. ► On note la présence d'un petit centre commercial le long de la RD25, qui nécessite une attention d'intégration particulière. Celui-ci est marqué par de nombreuses préenseignes, et par quelques enseignes peu respectueuses de son architecture (bâtiment entouré d'une coursive bordée d'arcades). ► L'avenue du Débarquement est protégée de cette pression par une interdiction publicitaire. Cependant, un travail est à réaliser concernant l'intégration des enseignes de ses commerces. <u>Constat juridique</u> ► Règlement actuel : ZPA3 pour l'avenue du Débarquement, ZPR2 pour la RD25 ► Une interdiction publicitaire adaptée pour l'avenue du Débarquement, qui devrait être étendue à la RD25 traversant la zone résidentielle, qui est soumise à une forte pression publicitaire. ► Une réglementation des enseignes très permissive.	► Préserver les quartiers résidentiels de la pression publicitaire ► Limiter l'impact des enseignes sur le cadre de vie résidentiel. ► Mettre en valeur le centre commercial de la RD25.	► Intégrer ces axes au zonage des zones résidentielles ► Mettre en place une réglementation spécifique pour le centre commercial, afin de le rendre visible tout en l'intégrant dans le cadre résidentiel préservé.

Partie III

Explications des choix retenus

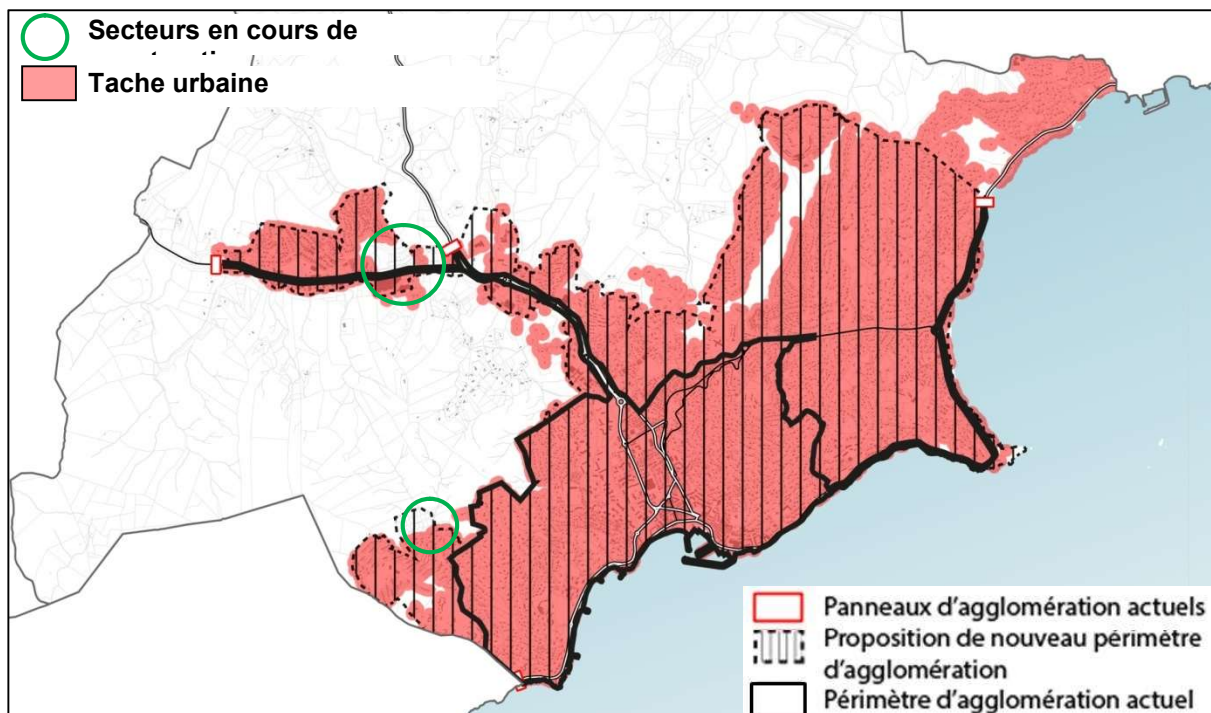
Proposition d'un nouveau périmètre d'agglomération

Pour prendre en compte l'évolution de l'urbanisation, le périmètre d'agglomération a été mis à jour pour prendre en compte la tache urbaine actuelle. Cette tache urbaine est définie par les critères du Code de la route :

- espace entre bâtiments de moins de 50m
- bâtiments proches de la route
- longueur du bâti d'au moins 400 m
- fréquentation significative d'accès riverains
- aménagements marquant le passage d'une zone habitée vers une zone non habitée

Les quartiers résidentiels qui se sont développés le long de la côte Est de la commune, ainsi qu'en limite Sud avec la commune de Grimaud, ainsi que les zones d'activités ont ainsi été intégrées au périmètre d'agglomération.

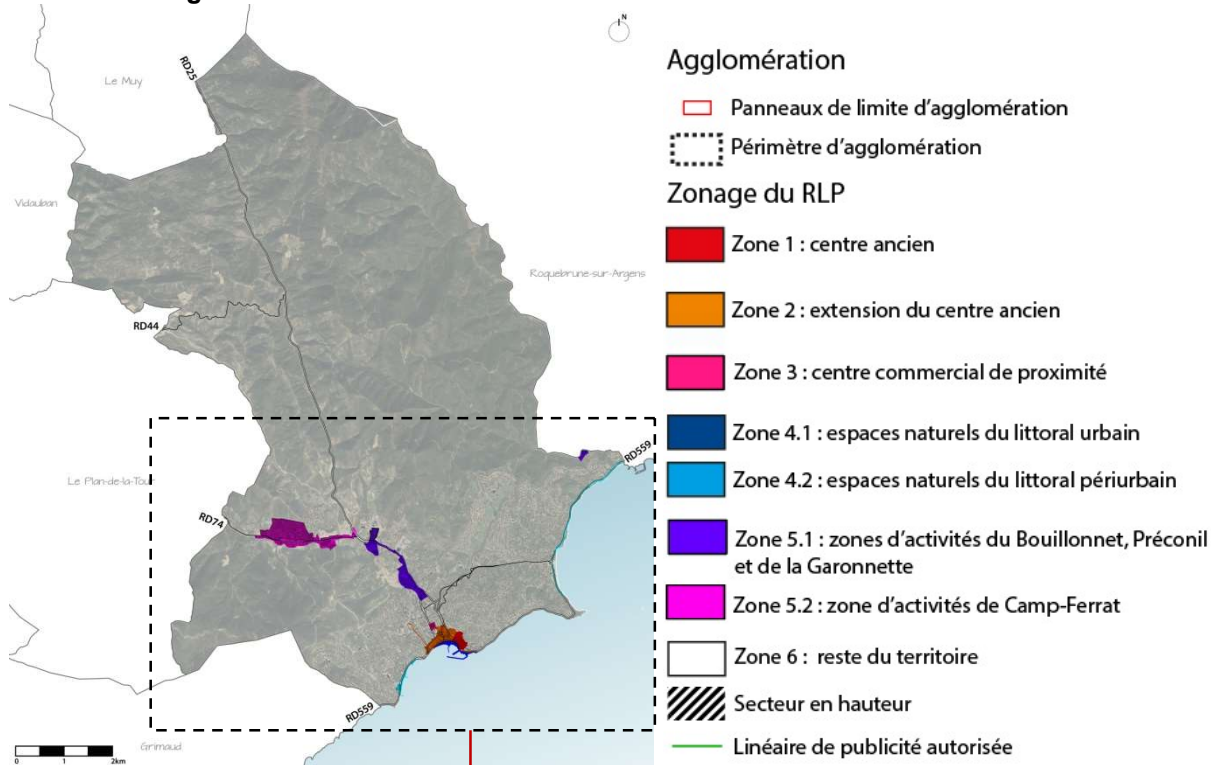
En dehors de ce périmètre sont interdites toutes publicités et toutes préenseignes, à l'exception des préenseignes dérogatoires.



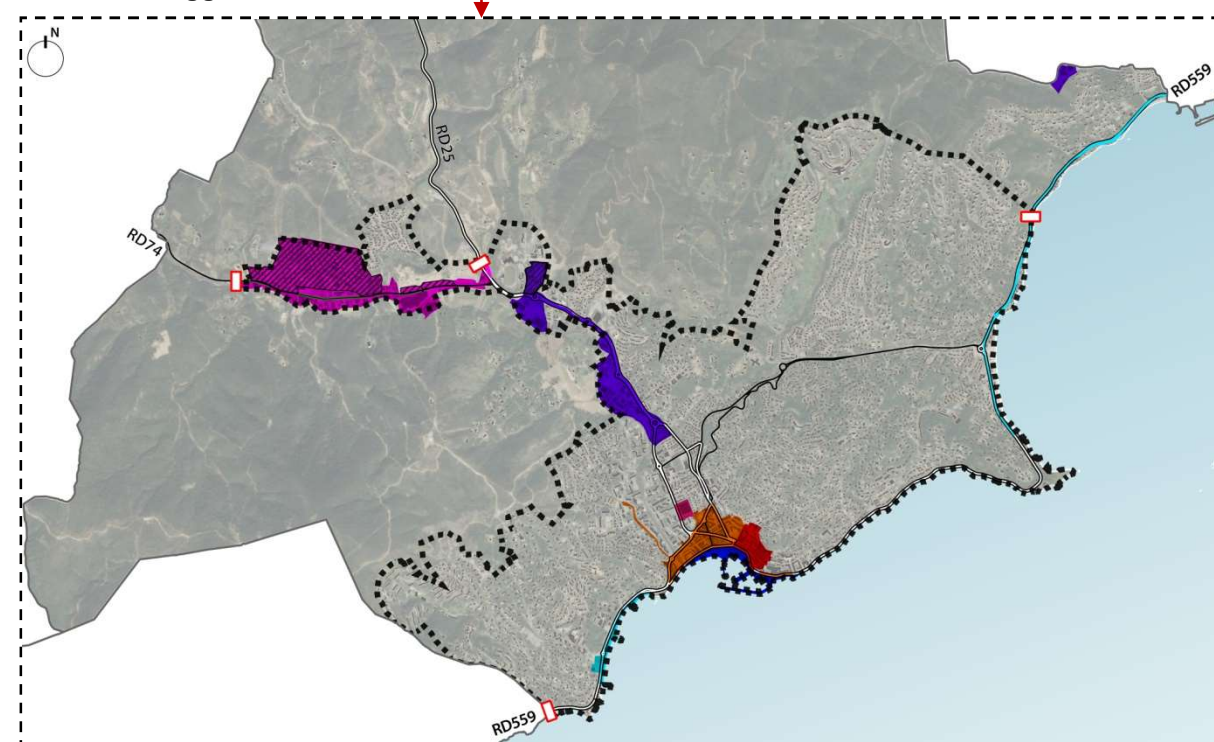
Carte de zonage du RLP

Pour prendre en compte les spécificités de chaque secteur, le zonage et le règlement identifient **6 zones** différentes. À ces 6 zones s'ajoutent un périmètre « secteur en hauteur » qui se superpose au zonage, ainsi qu'un zonage « linéaires de publicité autorisée ». Cette prise en compte des spécificités de chaque secteur permet de répondre au mieux aux enjeux de protection du cadre de vie, de valorisation du patrimoine architectural et paysager communal et de la demande de signalisation des opérateurs économiques.

Carte de zonage du nouveau RLP



Zoom sur l'agglomération

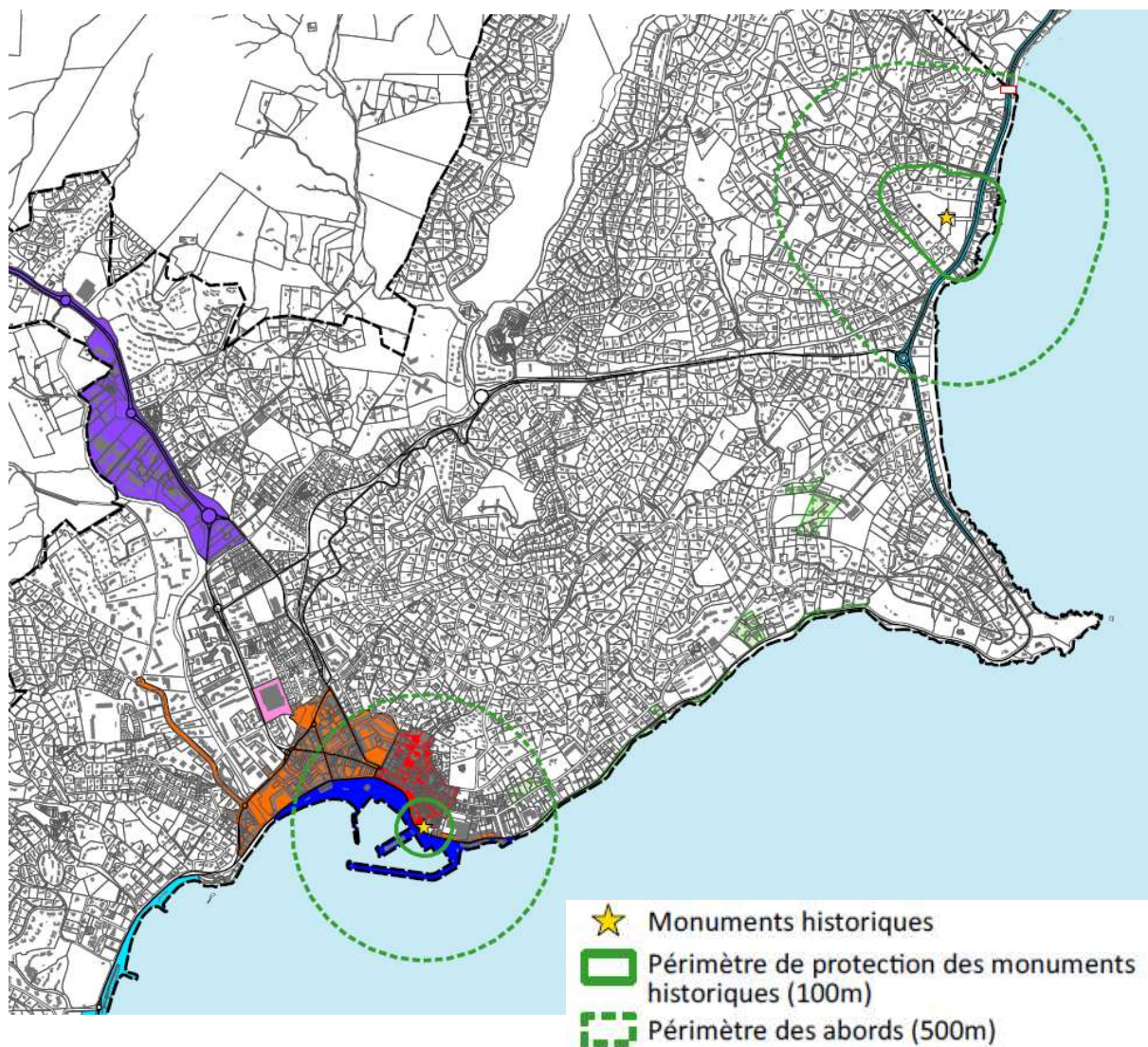


Les périmètres de protection autour des monuments historiques

Deux périmètres de protection ont été mis en place autour des monuments historiques (Tour Carrée et Villa Bellevue) :

- un « périmètre des abords », d'un rayon de 500m où, toute publicité est interdite à l'exception de la publicité sur mobilier urbain ;
- un périmètre de protection plus stricte, d'un rayon de 100m, qui interdit toute publicité y compris la publicité sur mobilier urbain.

Périmètres de protection autour des monuments historiques

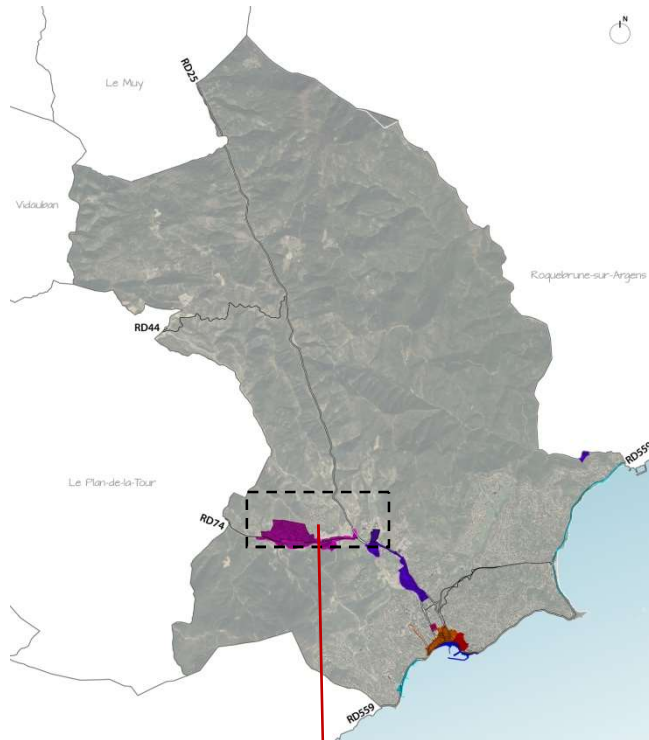


Les secteurs en hauteur

Le diagnostic a mis en avant des secteurs en hauteur, au niveau desquels l'impact des dispositifs scellés au sol et enseignes sur toiture ont un impact décuplé par cette hauteur supplémentaire par rapport à la voie.

Ceux-ci sont situés au niveau des zones d'activités, sur les coteaux du massif des Maures, qui constituent de plus des espaces à fort intérêt paysager.

Périmètre du secteur en hauteur



Orientations à prendre en compte pour les secteurs en hauteur :

- ✕ Préserver les vues sur les collines boisées ;
- ✕ Limiter l'impact des dispositifs scellés au sol et enseignes sur toitures.

a) Choix et explication du zonage

Le périmètre du secteur en hauteur correspond aux secteurs en hauteur par rapport à la voie, identifiés le long des axes principaux de la commune. Ceux-ci sont situés au niveau des zones d'activité du Bouillonnet et de Camp-Ferrat.



Secteur en hauteur

b) Explication des choix réglementaires retenus

Les secteurs en hauteur identifiés doivent faire l'objet d'une protection particulière.

Il est préconisé, dans ce périmètre d'interdire les dispositifs scellés au sol (publicité, préenseignes et enseigne), ainsi que les enseignes sur toiture.

Ainsi, le périmètre du secteur en hauteur peut comporter des prescriptions réglementaires plus contraignantes qui se superposent aux autres zonages, de la même manière qu'un périmètre d'EBC dans le zonage d'un PLU par exemple.

Les choix réglementaires par zone

Zone 1 : Centre-historique

a) Choix et explication du zonage

Le diagnostic a permis de mettre en lumière un centre ancien relativement préservé, et très touristique.

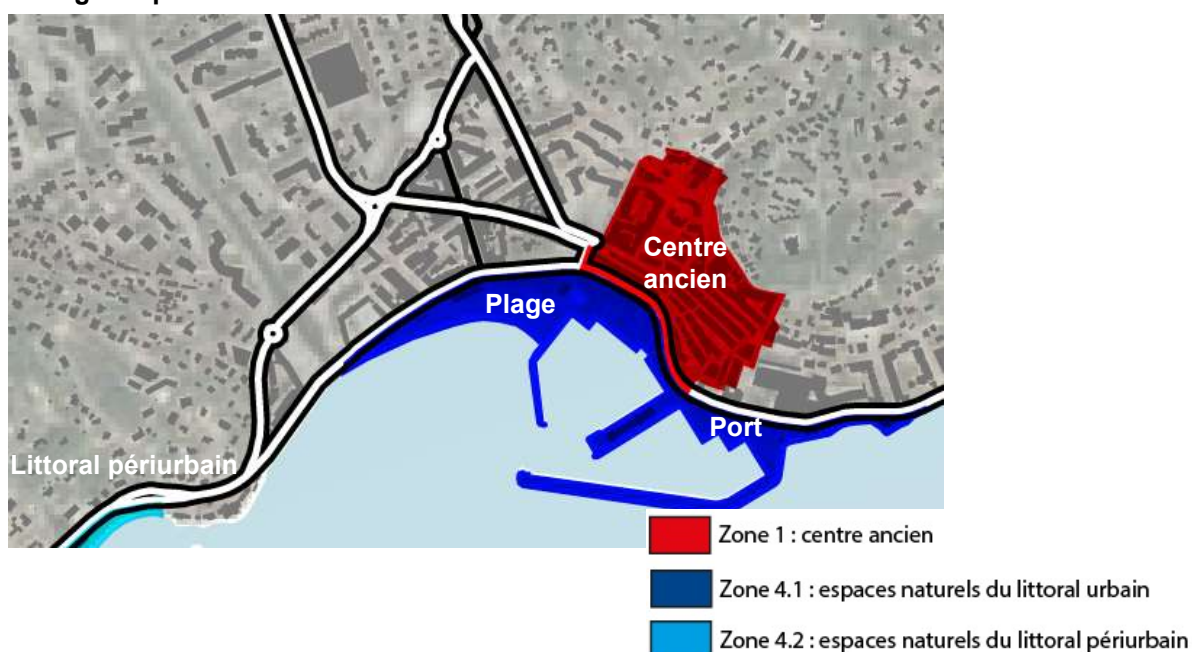
Le RLP de 2004 a regroupé ce centre ancien, la plage du centre-ville, ainsi que le littoral bordant les quartiers résidentiels compris dans l'ancien périmètre d'agglomération, dans un zonage ZPR4.

Le diagnostic a mis en avant la nécessité de mettre en place un zonage spécifique sur cette zone, qui se démarque de la plage et du port, ainsi que du littoral périurbain par sa forme urbaine.

Zonage du RLP 2004

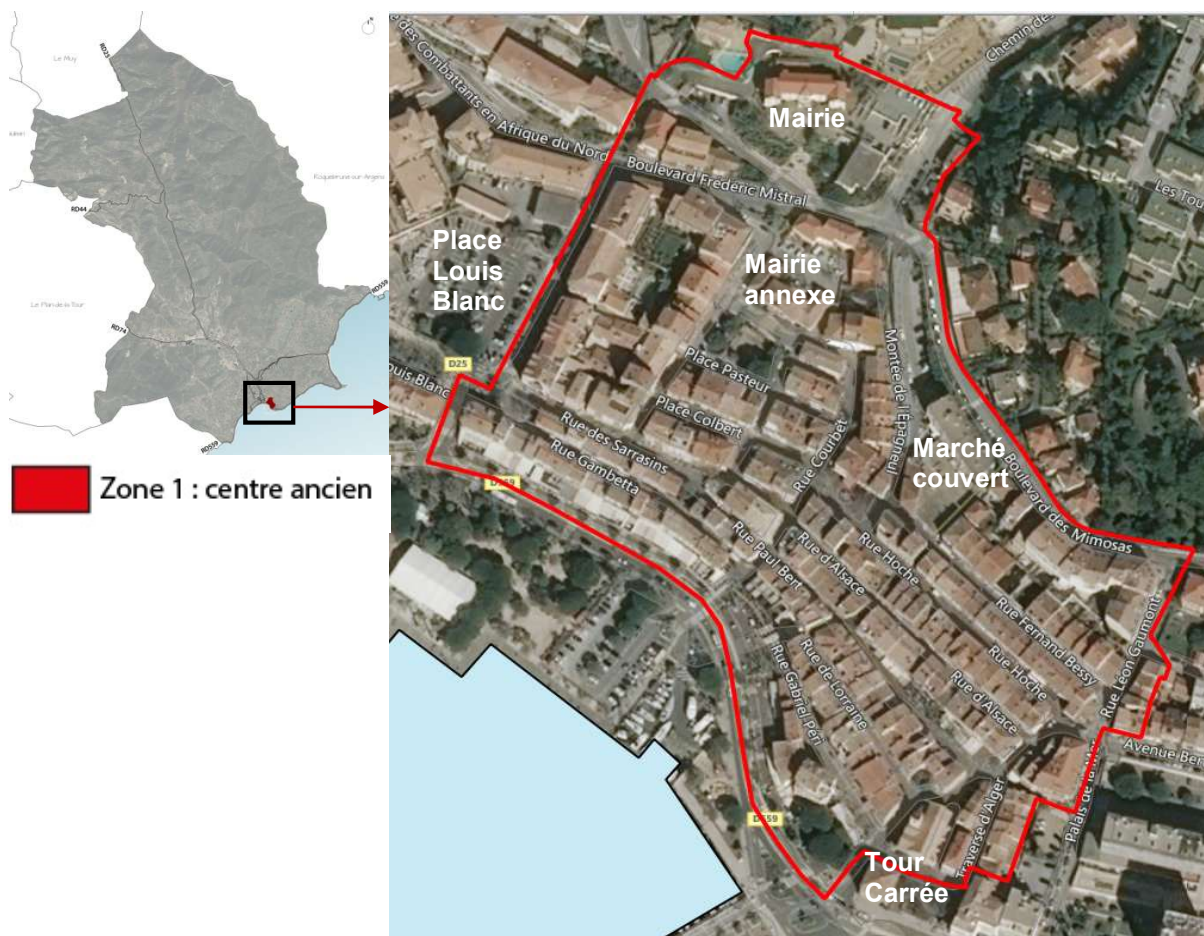


Zonage du présent RLP



Le présent RLP crée donc un zonage spécifique au centre ancien qui reprend le périmètre du centre historique. A présent, le centre ancien fait partie de la **zone n°1** et le périmètre établi est le suivant :





b) Explication des choix réglementaires retenus

Publicité et préenseignes

Le centre ancien se trouve à proximité directe de la Tour Carrée, classé monument historique. Il est ainsi situé en partie dans le périmètre de protection de 100 mètres autour du monument historique, et entièrement dans le périmètre des abords de 500 mètres autour de la Tour Carrée.

De plus, le centre ancien est riche en patrimoine, il comporte de nombreux bâtiments remarquables, classés au titre de l'article L151-19 du code de l'urbanisme, et nécessite d'être préservé.

Composé majoritairement de ruelles étroites, avec peu d'espaces libres à la circulation piétonne. Il est également peu adapté à l'implantation de dispositifs scellés au sol.

Le RLP de 2004, interdisait toute publicité et préenseignes, hormis la publicité sur mobilier urbain dans cette zone. Il est proposé de conserver cette règle.

Principales règles retenues pour la zone 1 du RLP :

PUBLICITE	PREENSEIGNES
Interdit sauf sur mobilier urbain (2m² max)	Interdit (sauf SIL)

Enseignes

Le diagnostic a mis en avant la qualité de l'intégration des dispositifs dans le centre ancien, malgré un ancien RLP très permissif, qui ne réglemente pas le nombre d'enseignes, et permet une surface cumulée d'enseignes importante compte tenu de la surface des façades de cette zone. Cette qualité est due à la mise en place d'une charte de qualité pour les terrasses et devantures Maximoises sur le centre ancien, qui restreint le nombre et la taille des enseignes.

Enseignes parallèles

Le nouveau RLP a choisi d'intégrer les prescriptions de cette charte, en limitant le nombre et en adaptant la surface des enseignes parallèles par rapport aux surfaces des façades commerciales. Il est plus restrictif que la charte concernant les surfaces d'enseignes parallèles dans cette zone. La charte définit en effet des règles communes dans le centre ancien et son extension. Il a été décidé dans le RLP de rendre le centre ancien plus restrictif que cette extension, aux bâtiments plus grands et plus modernes. Cela permet d'avoir des enseignes mieux proportionnées par rapport aux façades et à l'architecture particulière du patrimoine ancien.

ENSEIGNES						F = façade commerciale Nb = nombre étab. = établissement rdc : rez-de-chaussée Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale Smin/Smax : surface minimale/maximale E : épaisseur
Enseignes murales						
Ratio des enseignes murales		Parallèles				
F < 50m²	F > 50m²	Dimensions		Nombre	Implantation	
		F < 50m²	F > 50m²			
20%	15%	Hauteur : 0,60m 0,55m pour les enseignes en lettres découpées		1/F comportant des ouvertures 2/F si 2 vitrines	cf schémas d'implantation	
		Surface cumulée : 3m²	Surface cumulée : 4m²			

ENSEIGNES	
Enseignes murales	
Activités à l'étage	
Nombre	Surface
1	1m ²

Les enseignes à l'étages, qui n'étaient pas réglementées par l'ancien RLP sont restreintes : elles sont limitées aux établissements implantés uniquement à l'étage, sont obligatoirement parallèles, et ont une surface plus restrictive que les enseignes au rez-de-chaussée.

Enseignes perpendiculaires

L'ancien RLP de 2004 autorisait les enseignes perpendiculaires dans cette zone, sans limite de nombre ou de surface, et avec une saillie importante de 1m. Compte tenu de l'étroitesse des rues, il a été jugé dans le diagnostic que ces enseignes encombraient la rue, et restreignaient l'espace dans les perceptions des rues. Il a donc été choisi d'interdire ces enseignes, à l'exception des enseignes de pharmacies et enseignes réglementaires des bureaux de tabac.

ENSEIGNES			F = façade commerciale Nb = nombre étab. = établissement rdc : rez-de-chaussée Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale Smin/Smax : surface minimale/maximale E : épaisseur
Enseignes murales			
Perpendiculaires			
Nombre	Dimension (HxSxE)	Implantation	
Interdites Exception : croix de la pharmacie et carotte du bureau de tabac			
1	Pharmacie : 0,60m x 0,60m x 0,25m Tabac : 0,80m x 0,60m x 0,25m	Hmin : 2,50m	

Enseignes scellées au sol

L'ancien RLP autorisait les enseignes scellées au sol sans limite de nombre et en grande taille (4m²). Ce type d'enseignes est cependant peu adapté à ce secteur, majoritairement composé d'espace public. Les enseignes scellées au sol sont donc interdites dans le présent RLP afin de ne pas perturber celui-ci.

Enseignes sur toiture

Afin de ne pas perturber les champs de visibilité, les enseignes sur toitures, qui étaient autorisées exceptionnellement par le présent RLP sont interdites.

Enseignes sur structures modulaires et lambrequins

Les enseignes sur lambrequins et structures modulaires sont règlementées, afin de favoriser la qualité de ce secteur touristique et de ses terrasses.

ENSEIGNES			
Lambrequin/ storebanne :	Sur structure modulaire		
	Nombre	Dimensions	Implantation
1 mention/face en rdc caractères 15cm	Une enseigne sur structure modulaire peut être installée à la place des enseignes murales.	Hmax : 40cm Hmax lettres: 30cm	Elles ne dépassera pas de la structure 1 mention par face

F = façade commerciale

Nb = nombre

étab. = établissement

rdc : rez-de-chaussée

Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale

Smin/Smax : surface minimale/maximale

E : épaisseur

Zone 2 : l'extension du centre ancien

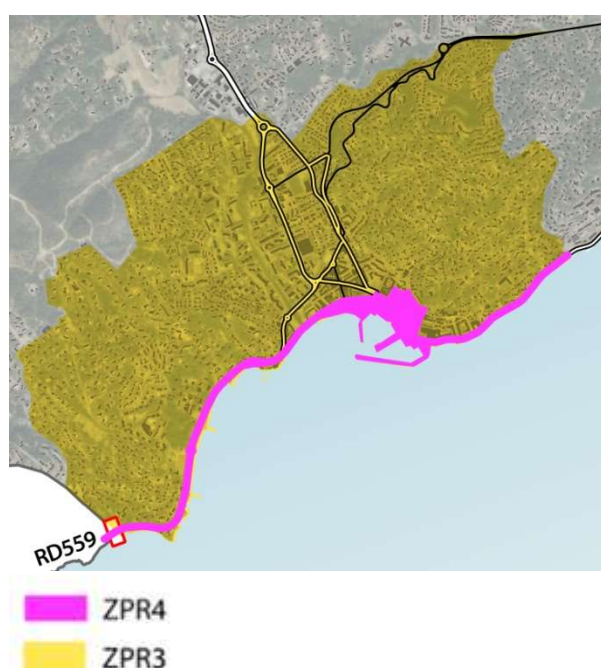
a) Choix et explication du zonage

Le diagnostic a permis de mettre en évidence une extension du centre ancien commerciale, composée de larges boulevards.

Ce secteur n'a pas été identifié dans le RLP de 2004. En effet, celui-ci intégrait ce secteur dans le zonage relatif à l'ancien périmètre d'agglomération, et ne le différenciait pas du tissu résidentiel pavillonnaire. Ces deux secteurs sont pourtant bien distincts, les quartiers résidentiels devant être plus préservés de l'affichage.

Cette extension du centre ancien fait donc l'objet d'un zonage spécifique dans le nouveau RLP.

Zonage du RLP 2004



Zonage du présent RLP



Le zonage de l'extension du centre ancien correspond à la **zone 2** est le suivant :



Il prend en compte l'extension du centre ancien, à l'ouest de celui-ci à partir de la place Louis Blanc, et son littoral associé, mais également le littoral commercial à l'est du centre ancien, ainsi que l'avenue Georges Pompidou, qui comprend plusieurs commerces. Cette zone est en partie impactée par le périmètre des abords de 500m autour de la Tour Carrée.



b) Explication des choix réglementaires retenus

Publicité et préenseignes

Le RLP de 2004, interdisait toute publicité et préenseignes, hormis la publicité sur mobilier urbain dans cette zone. Il est proposé de conserver cette règle, afin de garantir la qualité de cette zone, et de ne pas gêner les circulations piétonnes.

Principales règles retenues pour la zone 2 du RLP :

PUBLICITE	PREENSEIGNES
Interdit sauf sur mobilier urbain (2m² max)	Interdit (sauf SIL)

Enseignes

Le diagnostic a mis en avant la qualité de l'intégration des dispositifs dans l'extension du centre ancien, malgré un ancien RLP très permissif, qui ne réglemente pas le nombre d'enseignes, et permet une surface cumulée d'enseignes importante compte tenu de la surface des façades de cette zone. Cette qualité est due à la mise en place charte de qualité pour les terrasses et devantures Maximoises dans cette zone, qui restreint le nombre et la taille des enseignes.

Il a donc été choisi d'intégrer cette charte dans le présent RLP.

Enseignes parallèles

Le nouveau RLP a choisi d'intégrer les prescriptions de cette charte, en limitant le nombre et en adaptant la surface des enseignes parallèles par rapport aux surfaces des façades commerciales.

ENSEIGNES					
Enseignes murales					
Ratio des enseignes murales		Parallèles			
F < 50m²	F > 50m²	Dimensions		Nombre	Implantation
		F < 50m²	F > 50m²		
20%	15%	Hauteur : 0,60m 0,55m pour les enseignes en lettres découpées surface cumulée 7m²		1/F comportant des ouvertures 2/F si 2 vitrines	cf schéma d'implantation

F = façade commerciale
Nb = nombre
étab. = établissement
rdc : rez-de-chaussée
Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
Smin/Smax : surface minimale/maximale
E : épaisseur

Les enseignes à l'étages, qui n'étaient pas réglementées par l'ancien RLP sont restreintes : elles sont limitées aux établissements implantés uniquement à l'étage, sont obligatoirement parallèles, et ont une surface plus restrictive que les enseignes au rez-de-chaussée (2m²).

Enseignes perpendiculaires

L'ancien RLP de 2004 autorisait les enseignes perpendiculaires dans cette zone, sans limite de nombre ou de surface, et avec une saillie importante de 1m. Il a été jugé que ces enseignes ne participaient pas à la mise en valeur des façades commerciales, et étaient par ailleurs gênantes au niveau du littoral. Ces enseignes ont donc été interdites, à l'exception des enseignes des pharmacies, et l'enseigne réglementaire des bureaux de tabac.

ENSEIGNES		
Enseignes murales		
Perpendiculaires		
Nombre	Dimension (HxSxE)	Implantation
Interdites Exception : croix de la pharmacie et carotte du bureau de tabac		
1	Pharmacie : 0,60m x 0,60m x 0,25m Tabac : 0,80m x 0,60m x 0,25m	Hmin : 2,50m

F = façade commerciale

Nb = nombre

étab. = établissement

rdc : rez-de-chaussée

Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale

Smin/Smax : surface minimale/maximale

E : épaisseur

Enseignes scellées au sol

L'ancien RLP autorisait les enseignes scellées au sol sans limite de nombre et en grande taille (4m²). Ce type d'enseignes est cependant peu adapté à ce secteur, majoritairement composé d'espace public et circulations piétonnes. Les enseignes scellées au sol sont donc interdites dans le présent RLP afin de ne pas perturber celui-ci.

Enseignes sur toiture

Afin de ne pas perturber les champs de visibilité, les enseignes sur toitures, qui étaient autorisées exceptionnellement par le présent RLP sont interdites.

Enseignes sur structures modulaires et lambrequins

Les enseignes sur lambrequins et structures modulaires sont règlementées, afin de favoriser la qualité des terrasses dans la continuité de la charte de qualité des devantures.

ENSEIGNES			
Lambrequin/ storebanne :	Sur structure modulaire		
	Nombre	Dimensions	Implantation
1 mention/face en rdc caractères 15cm	Une enseigne sur structure modulaire peut être installée à la place des enseignes murales.	Hmax : 40cm Hmax lettres: 30cm	Elles ne dépassera pas de la structure 1 mention par face

F = façade commerciale

Nb = nombre

étab. = établissement

rdc : rez-de-chaussée

Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale

Smin/Smax : surface minimale/maximale

E : épaisseur

Zone 3 : le centre commercial de proximité

a) Choix et explication du zonage

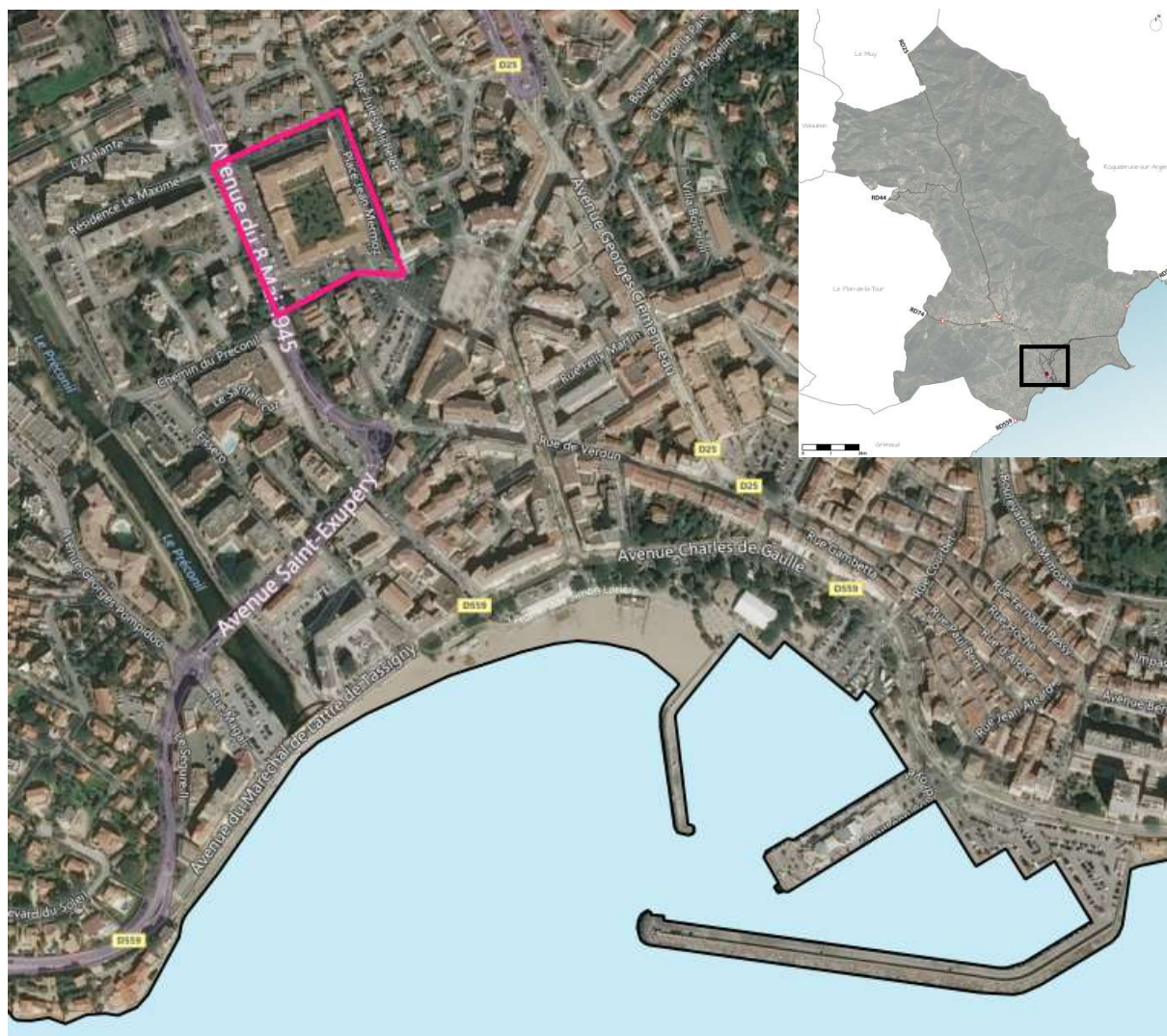
La commune compte un pôle commercial de proximité au niveau de l'avenue du 8 Mai 1945.

Situé en agglomération au cœur du tissu résidentiel, cette polarité commerciale et de services est à la disposition des habitants des quartiers alentours. Dans l'ancien RLP, cette zone étaient situées en zone ZPR3 correspondant à l'ancien périmètre d'agglomération de Sainte-Maxime.

Le diagnostic a mis en avant la nécessité définir un zonage spécifique à ce centre commercial, classé en **zone 3**.

Le zonage de la **zone 3** est le suivant :





 Zone 3 : centre commercial de proximité

b) Explication des choix réglementaires retenus

Publicité et préenseignes

L'ancien RLP interdisait la publicité et les préenseignes dans cette zone, sauf sur mobilier urbain. Le centre commercial se trouvant dans un tissu résidentiel qu'il convient de préserver, il est proposé de conserver cette interdiction dans le présent RLP.

Principales règles retenues pour la zone 3 du RLP :

PUBLICITE	PREENSEIGNES
Interdit sauf sur mobilier urbain (2m ² max)	Interdit (sauf SIL)

Enseignes

Enseignes parallèles

Le centre commercial possède une architecture particulière, avec des commerces avancés par une galerie bordée d'arcades, qu'il convient de mettre en valeur. Il est ainsi permis à ces commerces de mettre en place des enseignes en nombre limité sur leur façade commerciale, mais également d'installer des enseignes particulières au niveau des arcades selon un schéma d'implantation. Celui-ci permettra une bonne intégration des enseignes sur ce bâtiment particulier.

Les enseignes à l'étage sont interdites.

ENSEIGNES					
Enseignes murales					
Ratio des enseignes murales		Parallèles			
F < 50m ²	F > 50m ²	Dimensions		Nombre	Implantation
		F < 50m ²	F > 50m ²		
25%	15%	Hauteur : 0,60 m 0,55m pour les enseignes en lettres découpées		1/F intérieure 2/F intérieure si 2 vitrines et 1/arcade	Arcade : Cf schéma d'implantation 1 mention caractère 30cm sur partie tendue de l'enseigne 1 mention caractère 15cm sur partie basse de l'enseigne
		4m ² cumulés	8m ² cumulés		

F = façade commerciale
Nb = nombre
étab. = établissement
rdc : rez-de-chaussée
Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
Smin/Smax : surface minimale/maximale
E : épaisseur

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont peu adaptées au niveau de la partie extérieure du bâtiment, avec une façade rythmée par les arcades, et sont donc interdites sur cette façade. Elles sont cependant autorisées au niveau de la façade intérieure du bâtiment.

ENSEIGNES		
Enseignes murales		
Perpendiculaires		
Nombre	Dimension (HxSxE)	Implantation
1/étab. Interdites sur les arcades	Bureau de tabac : 0,80m x 0,60m x 0,25m Autres commerces : 0,60m x 0,60m x 0,25m	Obligatoirement sur la façade intérieure Hmin : 2,50m

F = façade commerciale
Nb = nombre
étab. = établissement
rdc : rez-de-chaussée
Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
Smin/Smax : surface minimale/maximale
E : épaisseur

Enseignes scellées au sol

Scellée ou posée au sol	
Nombre	Dimensions
2/ voie regroupant plusieurs enseignes de type totem Espacés min de 15m	Hmax : 4m Smax : 4m ²

L'ancien RLP autorisait les enseignes scellées au sol sans limite de nombre. Il est proposé de limiter le nombre de dispositif dans cette zone à 2 par voie afin de dédensifier les limites avec la RD25.

Enseignes sur toiture

Sur toiture	
Nombre	Dimensions
1	Hmax : 2m Smax : 16m ²

Une enseigne sur toiture est présente dans cette zone. Elle n'impacte pas le paysage. Le règlement de cette zone autorise donc une enseigne sur toiture **pour les établissements de plus de 1000m² de surface de vente.**

Zone 4 : Zone d'activités des espaces naturels du littoral

a) *Choix et explication du zonage*

De nombreuses activités, en particulier restaurants de plage, sont situées au niveau du littoral de Sainte-Maxime, et plus particulièrement sur les plages.

Dans le précédent RLP, les zones d'activités des espaces naturels étaient prises en compte dans différents zonage :

- le littoral situé dans l'ancien périmètre d'agglomération en zone ZPR4, qui autorisait la publicité sur mobilier urbain
- le littoral situé hors de l'ancien périmètre d'agglomération en zones ZPA1 et 4, qui autorisait uniquement la publicité sur mobilier urbain du côté intérieur des terres, et interdisait toute autre publicité.

Le diagnostic a mis en évidence une différence de fonctionnalité :

- entre ces espaces littoraux et le centre ancien de Sainte-Maxime ;
- entre l'espace littoral urbain (plage du centre-ville et port), qui permet une circulation piétonne facilitée et les espaces du littoral périurbain, qui nécessitent d'être visibles depuis la route.

Ainsi, ce zonage est spécifique aux espaces littoraux, et exclut le centre ancien, et sépare les espaces littoraux urbains et périurbains en deux sous-zonages, afin de répondre plus spécifiquement aux besoins de chacun de ces espaces.

Ainsi, la zone 4 comporte les deux secteurs suivants :

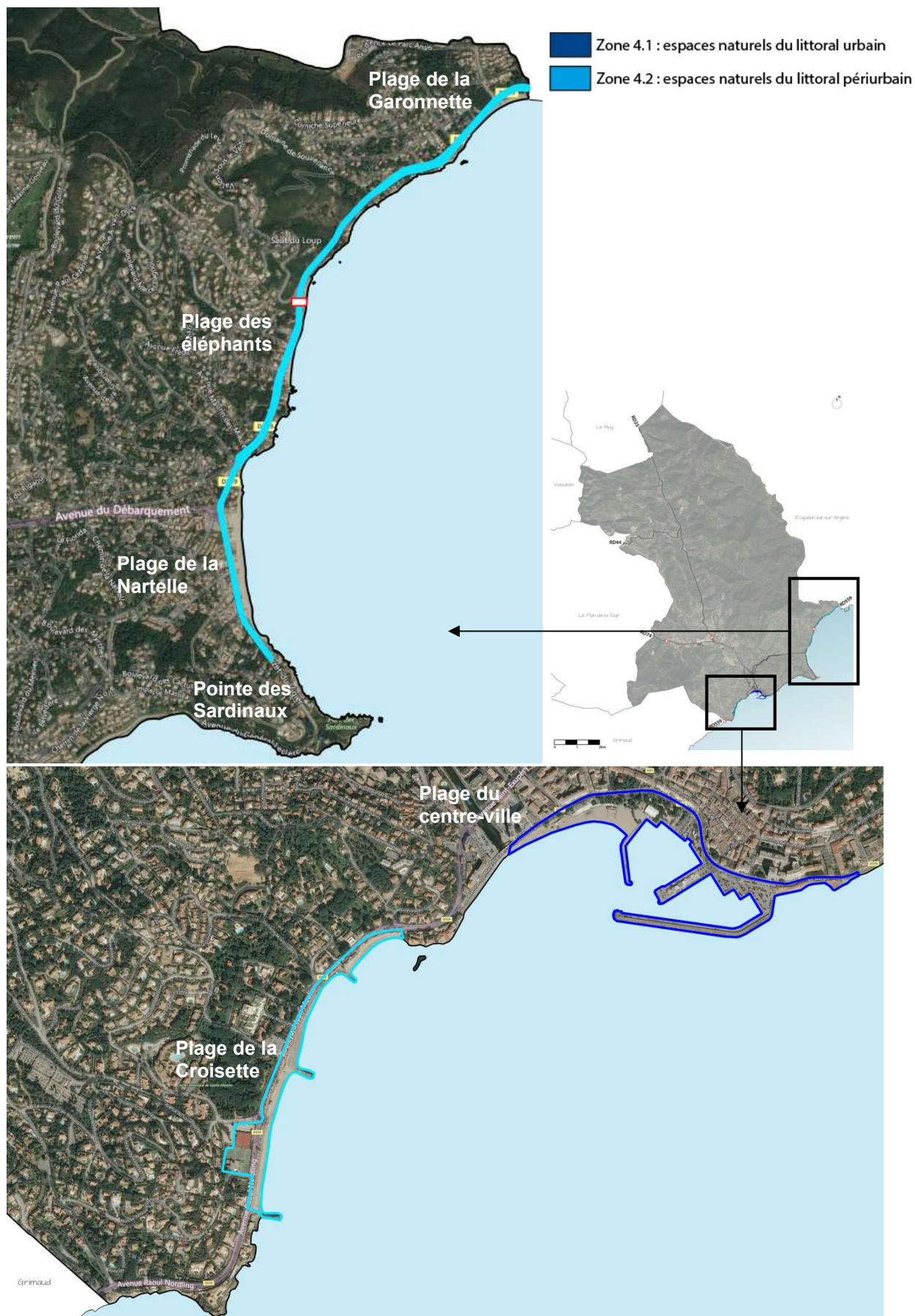
- Secteur 4.1 correspondant au littoral urbain (plage du centre-ville, promenade Aymeric Simon-Lorière et port)
- Secteur 4.2 correspondant au littoral périurbain (plage de la Croisette et commerces associés, plages et commerces visibles depuis la RD559 entre la plage de la Nartelle et la limite d'agglomération avec Roquebrune-sur-Argens).

La partie du littoral comprise entre le centre-ville de Sainte Maxime et la pointe des Sardinaux, qui borde un tissu résidentiel pavillonnaire comportant peu d'activités et comporte de plus un site inscrit, a été exclue de ce zonage.

Ainsi, le zonage de la **zone 4** est le suivant :



Ce zonage est impacté en partie par les périmètres de protection des abords et de 100m autour des monuments historiques.



b) Explication des choix réglementaires retenus

Ces zones présentent un enjeu paysager très fort, et nécessitent d'être dédensifiées en dispositifs scellés au sol.

Publicité et préenseignes

La publicité et les préenseignes sont interdites dans cette zone, sauf sur mobilier urbain.

Il est important de noter qu'en dehors de l'agglomération, la réglementation nationale interdit les publicités et les préenseignes non dérogatoires (*articles L581-7 et L581-19 du Code de l'environnement*). Le mobilier urbain est donc également interdit hors agglomération.

Principales règles retenues pour la zone 4 du RLP :

PUBLICITE	PREENSEIGNES
Interdit sauf sur mobilier urbain (2m ² max)	Interdit (sauf SIL)

Enseignes

Enseignes parallèles

Le nombre et la taille des enseignes parallèles ont été adaptés à la taille des bâtiments d'activités. La surface des enseignes est plutôt restrictive, pour permettre une insertion qualitative aux bâtiments.

ENSEIGNES							
Enseignes murales							
Ratio des enseignes murales		Parallèles					
F < 50m ²	F > 50m ²	Dimensions			Nombre		
		F < 50m ²	50 < F < 200m ²	F > 200m ²	F < 50m ²	50 < F < 200m ²	F > 200m ²
20%	15%	Hauteur : 0,60m 0,55m pour les enseignes en lettres découpées			1/F dans la limite de 2 enseignes	2/F dans la limite de 3 enseignes	2/F dans la limite de 6 enseignes. En lettres peintes ou découpées
		4 m ² cumulés	6m ² cumulés	15m ² cumulés			

F = façade commerciale

Nb = nombre

étab. = établissement

rdc : rez-de-chaussée

Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale

Smin/Smax : surface minimale/maximale

E : épaisseur

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont peu adaptées à l'architecture des bâtiments démontables des restaurants de plage. Ainsi, elles sont interdites en zone 4.2, et sont autorisées uniquement pour les bâtiments de plus de 200m² de surface de façade en zone 4.1.

Zones du projet de RLP			ENSEIGNES		
			Enseignes murales		
			Perpendiculaires		
			Nombre	Dimension (HxSxE)	Implantation
Activités en espace naturel	Littoral urbain	Zone 4.1	2/F > 200m ²	Hmax : 3m Saillie max : 0,70m Smax : 4m ² recto/verso	2,50m min du sol
	Littoral périurbain	Zone 4.2	Interdites		

F = façade commerciale
Nb = nombre
étab. = établissement
rdc : rez-de-chaussée
Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
Smin/Smax : surface minimale/maximale
E : épaisseur

Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol n'étaient pas réglementées en nombre par le précédent RLP, ce qui a mené à une saturation du littoral par ces dispositifs qui se découpent sur le paysage.

Le nombre et la taille des enseignes scellées au sol a donc été réglementé pour limiter l'impact de ces enseignes scellées au sol tout en permettant une bonne visibilité des activités. Ainsi une différence a été faite entre les établissements du littoral urbain et les établissements du littoral périurbain, dont les entrées de parking nécessitent d'être visibles.

Scellée ou posée au sol	
Nombre	Dimensions
1 mat avec drapeau / étab. de plage obligatoirement sur la plage	Hmax : 4m
1 mat avec drapeau flottant / étab. de plage obligatoirement sur la plage 1 enseigne scellée au sol donnant sur voie/étab.	Mat de plage: Hmax : 4m Enseigne scellée au sol donnant sur voie : Hmax : 2m Smax : 2m ²

F = façade commerciale
Nb = nombre
étab. = établissement
rdc : rez-de-chaussée
Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
Smin/Smax : surface minimale/maximale
E : épaisseur

Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture se découpant sur le paysage littoral, elles sont donc interdites dans cette zone, sauf pour les établissements non démontables en zone 4.1. (Casino Barrière et restaurant Amiral), sur lesquelles elles ne sont pas gênantes.

Sur toiture	
Nombre	Dimensions
1/ étab. bâti non démontable	Hmax : 1,5m Smax : 8m ²
Interdites	

Enseignes sur structures modulaires

Les auvents mis en place par les restaurants de plage ont été identifiés dans le diagnostic comme étant qualitatifs. Ils sont ainsi autorisés dans cette zone.

Zone 5 : Zones d'activités

a) Choix et explication du zonage

La commune de Sainte-Maxime possède plusieurs secteurs dédiés aux activités économiques sur son territoire. Ces secteurs sont situés principalement au nord de l'agglomération maximoise.

Les zones concernées sont :

- La Garonnnette
- Le Bouillonnet
- Le Préconil
- Camp-Ferrat

Cette dernière zone se distingue des autres zones d'activités. Très linéaire, elle s'ouvre en effet sur l'un des axes principaux d'entrée de ville, et est particulièrement impactée par les dispositifs scellés au sol.

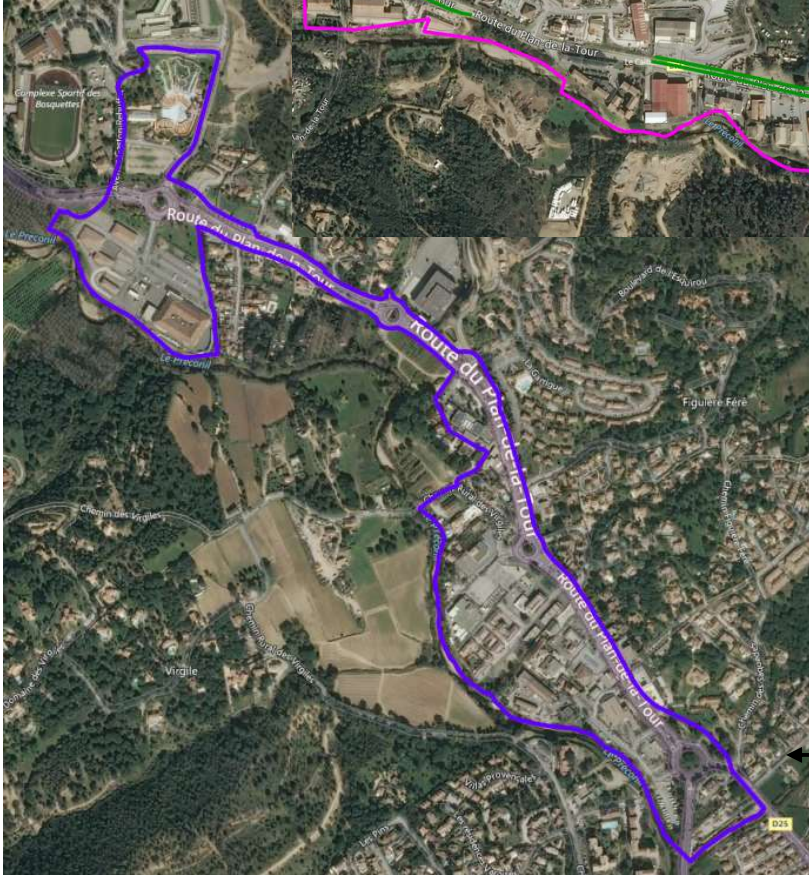
Ainsi, la zone 5 comporte les deux secteurs suivants :

- Secteur 5.1 correspondant aux zones d'activités de la Garonnnette, du Bouillonnet et du Préconil
- Secteur 5.2 correspondant à la zone d'activités de Camp-Ferrat

Le zonage évolue d'un zonage linéaire au niveau des axes de la RD74 et de la RD25 à un zonage en profondeur règlementant l'ensemble des zones d'activité.

Ainsi, le zonage de la **zone 5** est le suivant :





b) Explication des choix réglementaires retenus

Publicité et préenseignes

La publicité est interdite **dans le secteur 5.1**, sauf sur mobilier urbain, pour limiter d'impacter la RD25, route apaisée et paysagée. Les préenseignes sont cependant autorisées en petit format, pour permettre aux commerces situés à l'arrière de la zone et peu visibles de gagner en visibilité.

Le secteur 5.2 constitue la seule zone de publicité autorisée. La publicité murale y est autorisée en petit format, dans la limite d'une par établissement.

Les dispositifs scellés au sol publicitaires y sont autorisés uniquement le long des « linéaires de publicité autorisée », qui se superposent au zonage de cette zone, au niveau desquels l'impact des dispositifs scellés au sol est réduit, et en petit format (2m²).

Afin d'éviter une grande densité de dispositifs, ceux-ci ne sont autorisés que dans la limite d'un par unité foncière, et uniquement sur les unités foncières de plus de 100ml de façade. Une interdistance de 10ml est de plus à respecter entre deux dispositifs. Les préenseignes sont interdites dans ce secteur. Le mobilier urbain est autorisé dans l'ensemble du secteur.

Il est important de noter qu'en dehors de l'agglomération, la réglementation nationale interdit les publicités et les préenseignes non dérogoires (articles L581-7 et L581-19 du Code de l'environnement). Le mobilier urbain est également interdit hors agglomération.

Principales règles retenues pour la zone 5 du RLP :

Zones du projet de RLP		PUBLICITE			PREENSEIGNES
		Scellée ou posée au sol	Murale	Sur mobilier urbain	
Secteurs d'activités du Préconil, du Bouillonnet et de la Garonne	Zone 5.1	Interdite			1/ activités Smax : 1mx1,50m uniquement pour les activités non visibles depuis la voie ouverte à la circulation publique, uniquement murales // ou sur clôtures non aveugles
Secteur d'activités de Camp Ferrat	Zone 5.2	Autorisée sur linéaire repéré sur le zonage max 1/UF Smax : 2m ² Hmax : 2,5m support compris type sucette, vitre fermée Implantation : UF de 200ml minimum respect d'une marge de recul/limites séparatives de 100m, sans débord sur la voie publique cf schéma	Autorisée excepté dans les secteurs "en hauteur" préservés Smax : 2m ²	2m ² Hmax : 2,5m	Interdit Privilégier la SIL

F = façade commerciale
Nb = nombre
étab. = établissement

rdc : rez-de-chaussée
Hmin/Hmax : hauteur
minimale/maximale

Smin/Smax : surface
minimale/maximale
E : épaisseur

Enseignes

Enseignes parallèles

Le nombre et la taille des enseignes parallèles ont été adaptés à la taille des bâtiments d'activités.

La taille des enseignes des activités à l'étage est réduite.

Zones du projet de RLP		ENSEIGNES							
		Enseignes murales							
		Ratio des enseignes murales		Parallèles					
				Dimensions			Nombre		
F < 50m²	F > 50m²	F < 50m²	50 < F < 200m²	F > 200m²	F < 50m²	50 < F < 200m²	F > 200m²		
Secteurs d'activités du Préconil, du Bouillonnet et de la Garonnette	Zone 5.1	25%	15%	Hauteur : 0,80m 0,75m pour les enseignes en lettres découpées		Hauteur : NR	2/étab dans la limite de 1/F.	2/étab dans la limite de 1/F.	3/étab dans la limite de 2/F.
				Smax : 6m² cumulés	Smax : 12m² cumulés				
Secteur d'activités de Camp Ferrat	Zone 5.2	25%	15%	Hauteur : 1,20m 1,10m pour les enseignes en lettres découpées		Hauteur : NR	2/étab dans la limite de 1/F.	2/étab dans la limite de 1/F.	3/étab dans la limite de 2/F.
				Smax : 6m² cumulés	Smax : 12m² cumulés				

F = façade commerciale

Nb = nombre

étab. = établissement

rdc : rez-de-chaussée

Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale

Smin/Smax : surface minimale/maximale

E : épaisseur

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont peu adaptées aux zones d'activités, en particulier aux bâtiments de type « hangar ». Elles sont donc interdites dans cette zone à l'exception des enseignes en croix des pharmacies et carottes des bureaux de tabac.

ENSEIGNES		
Enseignes murales		
Perpendiculaires		
Nombre	Dimension (HxSxE)	Implantation
Interdites Exception : croix de la pharmacie et carotte du bureau de tabac		
1	Pharmacie : 0,60m x 0,60m x 0,25m Tabac : 0,80m x 0,60m x 0,25m	Hmin : 2,50m

F = façade commerciale

Nb = nombre

étab. = établissement

rdc : rez-de-chaussée

Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale

Smin/Smax : surface minimale/maximale

E : épaisseur

Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol n'étaient pas réglementées en nombre par le précédent RLP. La zone d'activité de Camp Ferrat a été particulièrement impactée, avec une saturation de l'axe de la RD74 par les enseignes scellées au sol.

Le nombre et la taille des enseignes scellées au sol a donc été réglementé pour limiter l'impact de ces enseignes scellées au sol tout en permettant une bonne visibilité des activités. Ainsi, au niveau de la zone d'activité de Camp-Ferrat, elles sont limitées aux activités peu visibles depuis la voie, ou aux groupements d'activités, dans la limite d'une par unité foncière. Leurs dimensions sont réduites en particulier au niveau de la zone 5.2.

Zones du projet de RLP		ENSEIGNES		
		Scellée ou posée au sol		
		Nombre	Dimensions	Implantation
Secteurs d'activités du Préconil, du Bouillonnet et de la Garonnette	Zone 5.1	1/UF	Hmax : 4m Smax : 4m ²	Retrait minimum Henseigne/2 par rapport limite du domaine public si plusieurs activités par UF regrouper sur un même totem
Secteur d'activités de Camp Ferrat	Zone 5.2	1/UF si éloignement du bâtiment de minimum de 20m / axe ou si groupement de minimum 2 activités	Smax : 2m ² Hmax : 2m	Retrait minimum de 1,5 m / l'axe

F = façade commerciale
Nb = nombre
étab. = établissement
rdc : rez-de-chaussée

Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
Smin/Smax : surface minimale/maximale
E : épaisseur

Enseignes sur toitures

Afin de limiter l'impact des enseignes sur toitures, celles-ci ont été réservées aux établissements de plus grande taille en zone 5.1, et interdites en zone 5.2.

Zones du projet de RLP		ENSEIGNES	
		Sur toiture support compris	
		Nombre	Dimensions
Secteurs d'activités du Préconil, du Bouillonnet et de la Garonnette	Zone 5.1	1/étab > 2000m ² de surface de vente en lettres ou signes découpés uniquement	Hmax : 3m Smax : 40m ²
Secteur d'activités de Camp Ferrat	Zone 5.2	Interdites	

F = façade commerciale

Nb = nombre

étab. = établissement

rdc : rez-de-chaussée

Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale

Smin/Smax : surface minimale/maximale

E : épaisseur

Zone 6 : Reste du territoire

a) Choix et explication du zonage

La zone 6 correspond au reste du territoire communal, en dehors des zones 1, 2, 3, 4 et 5 précédemment détaillées. Cette zone est essentiellement composée d'espaces résidentiels et naturels qu'il convient de préserver.

Ce zonage est impacté en partie par les périmètres de protection des abords et de 100m autour des monuments historiques.

b) Explication des choix réglementaires retenus

Publicité et préenseignes

Afin de garantir la tranquillité des secteurs résidentiels, il a été choisi d'interdire la publicité, excepté sur mobilier urbain, dans cette zone. Afin de permettre une meilleure visibilité des activités non visibles depuis la voie publique, les préenseignes ont cependant été autorisées pour celles-ci, en petit format, et dans la limite de 2 par établissement.

En dehors de l'agglomération, la réglementation nationale interdit les publicités et les préenseignes non dérogatoires. Le RLP ne déroge pas à cette règle.

Principales règles retenues pour la zone 6 du RLP :

PUBLICITE			PREENSEIGNES
Scellée au sol hauteur: support compris	Murale	Sur mobilier urbain hauteur: support compris	
Interdite		Autorisée uniquement en agglomération Smax : 2m ² Hmax : 2,5m	En aggro : autorisée si activité non visible depuis voie publique 2/activité 1mx1,50m Hmax : 2,50m Hors aggro : Préenseignes dérogatoires légales

F = façade commerciale
Nb = nombre
étab. = établissement
rdc : rez-de-chaussée
Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
Smin/Smax : surface minimale/maximale

Enseignes

Enseignes parallèles

Afin de garantir la tranquillité dans ces secteurs résidentiels et naturels, les enseignes sont limitées en nombre et en taille.

ENSEIGNES				
Enseignes murales				
Ratio des enseignes murales		Parallèles		
$F < 50 m^2$	$F > 50 m^2$	Dimensions		Nombre
		$F < 50 m^2$	$F > 50 m^2$	
15%		Hauteur : 0,60m 0,55m si enseigne en		2/étab dans la limite de 1/F.
		$S_{max} : 3m^2$ cumulés	$S_{max} : 4m^2$ cumulés	

F = façade commerciale
 Nb = nombre
 étab. = établissement
 rdc : rez-de-chaussée
 Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
 Smin/Smax : surface minimale/maximale

Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont peu adaptées dans les zones non piétonnes. Elles sont donc interdites dans cette zone, à l'exception des croix de pharmacies et enseignes réglementaire des bureaux de tabac.

ENSEIGNES		
Enseignes murales		
Perpendiculaires		
Nombre	Dimension (HxSxE)	Implantation
Interdites Exception : croix de la pharmacie et carotte du bureau de tabac		
1	Pharmacie : 0,60m x 0,60m x 0,25m Tabac : 0,80m x 0,60m x 0,25m	Hmin : 2,50m

F = façade commerciale
 Nb = nombre
 étab. = établissement
 rdc : rez-de-chaussée
 Hmin/Hmax : hauteur minimale/maximale
 Smin/Smax : surface minimale/maximale

Enseignes scellées au sol et sur toiture

Les enseignes scellées au sol et enseignes sur toiture sont interdites dans cette zone.

Synthèse du règlement

Zones du projet de RLP			PUBLICITE			PREENSEIGNES
			Scellée ou posée au sol	Murale	Sur mobilier urbain	
Centre ancien	Zone 1		Interdite	Interdite	Smax : 2m ²	Interdites
Extension du centre ancien	Zone 2		Interdite	Interdite	Smax : 2m ²	Interdites
Centre commercial	Zone 3		Interdite	Interdite	Smax : 2m ²	Interdite
Activités en espace naturel	Littoral urbain	Zone 4.1	Interdite	Interdite	En agglomération uniquement : Smax : 2m ²	Interdite
	Littoral périurbain	Zone 4.2				
Zones d'activités	Préconil Bouillonnet Garonnnette	Zone 5.1	Interdite	Interdite	En agglomération uniquement : Smax : 2m ²	1/ activité Smax :1mx1,50m uniquement pour les activités non visibles depuis la voie ouverte à la circulation publique uniquement murales // ou sur clôtures non aveugles
	Camp-Ferrat	Zone 5.2	Autorisée uniquement sur "linéaire de publicité autorisée" Smax :2m ² 1/UF de 100ml minimum respect d'une marge de recul/limites séparatives de 10m	Autorisée excepté dans les secteurs "en hauteur" préservés Smax : 2m ²	Smax : 2m ²	Interdit Privilégier la SIL
Reste du territoire		Zone 6	Interdite	Interdite	En agglomération uniquement : Smax : 2m ²	En agglo : autorisée si activité non visible depuis voie publique 2/activité Smax :1mx1,50m Hors agglo : Préenseignes dérogatoires légales

Dans les zones et les secteurs inclus dans le périmètre des secteurs en hauteur, la publicité et les préenseignes sont interdites, ainsi que les enseignes sur toiture et les enseignes scellées au sol.

Zones du projet de RLP			ENSEIGNES													
			Enseignes murales													
			Ratio des enseignes murales		Parallèles						Perpendiculaires		Activités à l'étage			
					Dimensions		Nombre		Nombre	Dimension (HxSxE)	Nombre	Surface				
F< 50m²	F>50 m²	F< 50m²	F>50 m²	F< 50m²	F>50 m²											
Centre ancien		Zone 1	20%	15%	Hauteur : 0,60m Surface cumulée : 3m²		Surface cumulée : 4m²		1/F comportant des ouvertures 2/F si 2 vitrines		Interdites		1	1m²		
Extension du centre ancien		Zone 2	20%	15%	Hauteur : 0,60m Surface cumulée 7m²			1/F comportant des ouvertures 2/F si 2 vitrines			Interdites		1	2m²		
Centre commercial		Zone 3	25%	15%	Hauteur : 0,60 m 4m² cumulés		8m² cumulés		1/F intérieure 2/F intérieure si 2 vitrines et 1/arcade			1/étab. sur la façade intérieure Interdites sur les arcades	0,60m x 0,60m x 0,25m Interdites			
Activités en espace naturel	Littoral urbain	Zone 4.1	20%	15%	Hauteur : 0,60m			1/F dans la limite de 2 enseignes	2/F dans la limite de 3 enseignes	F>200m² 2/F dans la limite de 6 enseignes	2/F>200m² interdites sinon	Hmax : 3m Saillie max: 0,70m Smax : 4m² recto/verso		1	1m²	
	Littoral périurbain	Zone 4.2			Interdites											
Zones d'activités	Préconil Bouillonnet Garonnnette	Zone 5.1	25%	15%	Hauteur : 0,80m		F>200m² Hauteur : NR		2/étab dans la limite de 1/F	2/étab dans la limite de 1/F	F>200m² 3/étab dans la limite de 2/F	Interdites	1	Hmax : 0,60m Smax : 2m²		
					Smax : 6m² cumulés	Smax : 12m² cumulés	Smax : 25m² cumulés									
	Camp-Ferrat	Zone 5.1			Hauteur : 1,20m		F>200m² Hauteur : NR									
					Smax : 6m² cumulés	Smax : 12m² cumulés	Smax : 25m² cumulés									
Reste du territoire		Zone 6	15%		Hauteur : 0,60m Smax : 3m²			Smax : 4m² cumulés			2/étab dans la limite de 1/F.		Interdite		1	1m²

Zones du projet de RLP		ENSEIGNES										
		Lambrequin/ storebanne :	Sur structure modulaire		Scellée ou posée au sol		Sur toiture		Sur clôture			
			Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions				
Centre ancien	Zone 1	1 mention/face en RDC caractères 15cm	1 enseigne sur structure modulaire à la place des enseignes murales	Hmax : 40cm Hmax lettres: 30cm	Interdites		Interdites		Interdites			
Extension du centre ancien	Zone 2	1 mention/face en rdc caractères 15cm	1 enseigne sur structure modulaire à la place des enseignes murales	Hmax : 40cm Hmax lettres: 30cm	Interdites		Interdites		1/voie	2m² /enseigne	0,60m	
Centre commercial	Zone 3	1 mention/face en rdc caractères 15cm	1 enseigne sur structure modulaire à la place des enseignes murales	Hmax : 60cm Hmax lettres: 30cm	2/ voie regroupant plusieurs enseignes de type totem Espacés min de 15m	Hmax : 4m Smax : 4m²	1/étab. de plus de 1000m² de S de vente	Hmax : 2m Smax : 16m²	Interdites			
Activités en espace naturel	Littoral urbain	Zone 4.1	1 mention/face en rdc caractères 15cm	Une enseigne sur structure modulaire peut être installée. 1 mention par face (auvents restaurants de plage)	1 mat avec drapeau / étab. de plage obligatoirement sur la plage	Hmax : 4m	1/ étab. bâti non démontable	Hmax : 1,5m Smax : 8m²	1/voie	2m² /enseigne	0,60m	
	Littoral périurbain	Zone 4.2			1 mat avec drapeau flottant/ étab. de plage obligatoirement sur la plage 1 enseigne scellée au sol donnant sur voie/étab.	Mat de plage: Hmax : 4m Enseigne scellée au sol donnant sur voie : Hmax : 2m Smax : 2m²	Interdites					
Zones d'activités	Préconil Bouillonnet Garonnette	Zone 5.1	1 mention/face en rdc caractères 15cm	1 enseigne sur structure modulaire à la place des enseignes murales	Hmax : 60cm	1/UF si éloignement du bâtiment de minimum de 20m / axe ou si groupement de minimum 2 activités Retrait minimum de 1,5 m / l'axe	Smax : 2m² Hmax : 2m	Interdites	Interdites			
	Camp-Ferrat	Zone 5.1										
Reste du territoire		Zone 6	1 mention/face en rdc caractères 15cm	1 enseigne sur structure modulaire à la place des enseignes murales	Hmax : 40cm Hmax lettres: 30cm	Interdites		Interdites		1/voie	2m² /enseigne	0,60m

Résumé non technique

Le présent RLP encadre le développement et l'implantation des dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes sur la commune de Sainte-Maxime. Il établit des règles qui permettent aux opérateurs économiques de se signaler tout en préservant le patrimoine architectural et le paysage communal.

Le diagnostic a identifié différents secteurs à enjeux, qu'ils soient d'habitation, de passage ou d'activités économiques. Pour tenir compte des spécificités de chaque secteur, le présent RLP a divisé le territoire communal en **6 zones** :

1. Sur le centre ancien de Sainte-Maxime, l'objectif est de préserver le centre historique et ses bâtiments remarquables, et de garantir son attractivité touristique. Ainsi, afin de préserver les perceptions dans les rues étroites, les enseignes perpendiculaires sont interdites. Les enseignes murales sont réduites en nombre et en taille, et doivent être plus qualitatives et s'adapter à l'architecture des façades du centre ancien. Les dispositifs scellés au sol (enseignes, publicités et préenseignes) sont interdits, afin de préserver les circulations piétonnes et la qualité du centre ancien.
2. Au niveau de l'extension du centre ancien de Sainte-Maxime, l'objectif est de garantir une activité commerciale de centre-ville, tout en améliorant l'intégration des enseignes sur les bâtiments. Les enseignes murales sont réduites en nombre et en taille, et doivent être plus qualitatives et s'adapter à l'architecture des façades. Les dispositifs scellés au sol (enseignes, publicités et préenseignes) sont interdits, afin de préserver les circulations piétonnes.
3. Le pôle commercial de l'avenue du 8 mai 1945 se positionne au milieu de quartiers résidentiels dont la tranquillité visuelle doit être préservée. Ce bâtiment possède de plus une architecture particulière, avec une façade extérieure rythmée par des arcades, qui doit être mise en valeur. Ainsi, tout dispositif est interdit sur cette façade extérieure, à l'exception d'enseignes en toiles à lambrequin qui s'inscrivent dans ces arcades et les mettent en valeur. Au niveau de la façade intérieure, moins visible, des enseignes en drapeau et enseignes murales sont autorisées, mais leur nombre ainsi que leur taille ont été réduits. Afin de garantir la visibilité des commerces, très en retrait de l'axe routier, des enseignes scellées au sol ont été autorisées et devront regrouper les enseignes des commerces dans la zone.
4. Les espaces naturels du littoral offrent des cônes de vues à préserver. Ainsi, les dispositifs scellés au sol ont été réduits dans cette zone en nombre, taille et en hauteur. Afin de garantir la visibilité des commerces du littoral périurbain depuis l'axe routier, une enseigne scellée au sol a été autorisée, ainsi qu'un mat de plage. Les enseignes sur toitures ont également été interdites pour la plupart des commerces afin de libérer les vues lointaines. La publicité et les préenseignes ont également été interdites dans cette zone, qui constitue un secteur à préserver.

5. Les zones d'activités impactent fortement les axes routiers principaux d'entrée de ville, principalement avec des dispositifs scellés au sol. Ceux-ci ont été réduits en nombre et en hauteur. La publicité a été autorisée uniquement sur les façades et sur des linéaires repérés, où elle a un impact moindre. Sa taille a été fortement réduite, ainsi que ses possibilités d'implantation. La taille et le nombre d'enseignes a été adaptée en fonction de la taille des différentes activités.
6. Enfin, en dehors de ces zones, le reste du territoire comprend essentiellement des quartiers résidentiels et des espaces naturels et agricoles qu'il convient de préserver. Pour cela, la publicité et les préenseignes sont interdites, de même que les enseignes perpendiculaires, et sur toiture. Les enseignes sont limitées en nombre et en surface.

En plus de toutes les zones précitées, un périmètre de secteur en hauteur se superpose au zonage, et interdit les dispositifs scellés au sol (publicité, préenseignes et enseignes) ainsi que les enseignes sur toiture, dont l'impact est décuplé par leur position en hauteur.

En conclusion, le présent RLP doit ainsi permettre à la municipalité de Sainte-Maxime d'organiser et d'encadrer au mieux la publicité, les enseignes et les préenseignes sur son territoire, de faire appliquer la réglementation nationale, de concilier les besoins et les pratiques de chacun et de préserver le cadre de vie et le patrimoine de la commune.