

DÉPARTEMENT DES ALPES MARITIMES



ENQUÊTE PUBLIQUE PRÉALABLE À
LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA VILLE DE GRASSE

(Du 06 septembre 2017 au 11 octobre 2017)



CONCLUSIONS ET AVIS

DESTINATAIRES : - Monsieur le Préfet des Alpes Maritimes
- Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Nice

I. Rappel de la nature et de l'objet du projet

Cette enquête publique porte sur la révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Grasse. Celui-ci avait été élaboré en 1994, puis révisé en 2014. L'avis défavorable de la Commission des Sites en a stoppé le processus. C'est ainsi qu'une nouvelle réflexion a débuté en 2015 afin d'être en accord avec la législation actuelle et l'évolution des techniques en matière de publicité.

Commune stratégique du moyen pays, Grasse est connue comme étant la capitale internationale du parfum et l'un des balcons du Parc Naturel des Préalpes d'Azur. Riche d'un patrimoine paysager, culturel et économique, ce territoire doit préserver son image et valoriser son identité. C'est en cela aussi que la réflexion sur la révision du Règlement Local de Publicité a été menée.

Ce projet s'organise ainsi autour de quatre objectifs :

- **améliorer** le cadre de vie en réduisant les nuisances visuelles
- **garantir** le droit d'affichage afin de valoriser le développement économique et commercial de la commune
- **adapter** les dispositions du Règlement Local de Publicité en fonction des problématiques propres à chaque type de dispositif
- **respecter** le nouveau régime défini par la Loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (LENE), plus connue sous le nom de « Grenelle II de l'Environnement », et par son décret d'application du 30 janvier 2012.

II. Analyse

Après avoir respecté la procédure de la Commissaire Enquêtrice consistant à :

1. réceptionner le dossier comportant l'ensemble des pièces constituant l'élaboration du Règlement Local de Publicité,
2. analyser et étudier le dossier mis à l'enquête,
3. effectuer une visite de la commune,
4. vérifier et constater que la procédure en termes de publicité légale et d'information du public a été respectée,
5. assurer les permanences prévues dans l'arrêté municipal du 25 juillet 2017,
6. prendre connaissance de l'avis des personnes publiques associées,
7. examiner les contributions du public,

J'ai noté que la révision du Règlement Local de Publicité répond à une réelle nécessité de préserver le paysage grassois. De plus, un important travail de communication a été effectué par les services communaux afin de prendre en compte les demandes des administrés mais aussi les acteurs de la publicité. Un équilibre a été recherché entre le confort des habitants, la possibilité pour les acteurs économiques de s'exprimer et la protection du site.

Le Règlement Local de Publicité se compose de 37 articles répartis en 11 titres :

1. Champ d'application et zonage
2. Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes en Z1
3. Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes en Z2
4. Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes en Z3
5. Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes en Z4
6. Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes en Z5
7. Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes en Z6
8. Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes en Z7
9. Dispositions applicables aux enseignes
10. Dispositions complémentaires applicables aux enseignes dans le centre historique (Z1)
11. Dispositions applicables aux enseignes temporaires

Chaque partie est bien expliquée et compréhensible, et détermine géographiquement les zones mises en place.

Au cours de l'enquête publique je n'ai reçu que deux courriers et une visite. Ce sont deux publicitaires qui ne remettaient pas en cause l'économie du projet mais souhaitaient rendre la réglementation plus flexible et moins stricte.

III. Synthèses

Si le projet dans sa globalité n'est pas remis en cause, plusieurs pistes d'améliorations ont été proposées par les Personnes Publiques Associées mais aussi par les Enseignes publicitaires :

Pistes d'amélioration proposées par les Personnes Publiques Associées :

1. Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites :

« Les règles applicables au secteur sauvegardé seront étendues au centre historique. »

2. Monsieur le Préfet des Alpes-Maritimes :

« Propositions :

- *rajouter les définitions de « pré-enseignes dérogatoire, produit du terroir et activités culturelles » dans l'annexe 3 du RLP,*
- *donner des précisions sur la zone d'interdiction,*
- *dans un souci de cohérence, supprimer la surface supplémentaire (1m²) pour le pied du dispositif, autorisée dans les articles 16 et 23 des zones Z4 et 7,*
- *revoir dans les annexes l'implantation des zones de protection de 500m autour des monuments historiques (servitude AC1) qui est à certains endroits erroné,*
- *revoir la légende du plan de zonage (RLP arrêté) issue du règlement. »*

Pistes d'amélioration proposées par les Enseignes publicitaires :

1. Union de la Publicité Extérieure

« Propositions :

- *augmenter le format autorisé pour les dispositifs publicitaires à 10,5m²,*
- *modifier les règles de densité linéaires pour l'implantation de panneaux : de 30m à 25m,*
- *modification des définitions lexicales que sont : agglomération, murs et clôtures aveugles, murs de pierre. »*

2. Société JCDecaux

« Propositions :

- *autoriser le mobilier urbain conformément aux articles R.581-42 et R.581-47 du Code de l'environnement. »*

IV. Motivation personnelle

Le projet de révision du Règlement Local de Publicité a été effectué de façon pertinente, en prenant en compte l'avis de nombreuses personnes. De plus, plusieurs réunions d'informations et de concertations ont pu être menées. C'est donc un projet de longue haleine qui se termine aujourd'hui afin d'être appliqué sur le terrain.

Néanmoins, et afin de rendre ce projet encore plus qualitatif et intelligent, quelques compléments d'informations pourraient y être apportés comme l'apport de nouvelles définitions ou l'apport de précisions sur les secteurs les plus réglementés. Ce document serait ainsi rendu plus lisible et acceptable par les administrés.

V. Avis

J'émet un **AVIS FAVORABLE** au projet de révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Grasse.

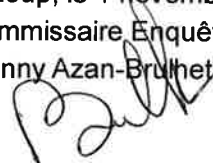
Cet avis est assorti de **RESERVES** :

- rajouter les définitions de « pré-enseignes dérogatoire, produit du terroir et activités culturelles » dans l'annexe 3 du RLP,
- donner des précisions sur la zone d'interdiction,
- supprimer la surface supplémentaire (1m²) pour le pied du dispositif, autorisée dans les articles 16 et 23 des zones Z4 et 7,
- revoir dans les annexes l'implantation des zones de protection de 500m autour des monuments historiques (servitude AC1) qui est à certains endroits erroné,
- revoir la légende du plan de zonage (RLP arrêté) issue du règlement.

La Colle sur Loup, le 1 novembre 2017

La Commissaire Enquêtrice

Fanny Azan-Bruhet



E17000011