



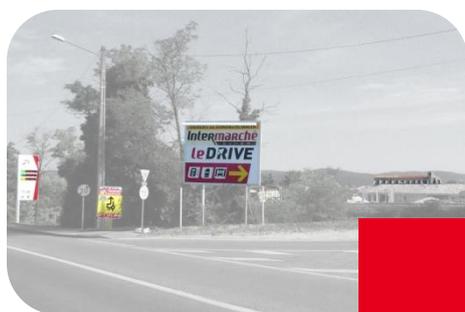
Département du Var



Saint-Maximin  
la-Sainte-Baume

# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## RAPPORT DE PRESENTATION



### Elaboration du RLP

Approuvée par délibération du Conseil Municipal le : 29 / 04 / 1998

### Révision du RLP

Prescrite par délibération du Conseil Municipal le : 05 / 03 / 2020

Arrêtée par délibération du Conseil Municipal le : 19 / 07 / 2023

Approuvée par délibération du Conseil Communautaire de l'Agglomération Provence Verte le : 27 / 09 / 2024



Document réalisé par :



Urbanisme & Paysages

135 rue Rabelais  
13 016 MARSEILLE  
SIRET : 539 147 975 00012  
E-mail : [urbanisme-et-paysages@sfr.fr](mailto:urbanisme-et-paysages@sfr.fr)  
Tel : 04.42.61.92.65

## Sommaire

<b>Préambule.....</b>	<b>6</b>
1. Les raisons de la révision du RLP.....	7
2. Les objectifs de la révision du RLP.....	8
3. Méthodologie.....	9
 <b>PARTIE I : .....</b>	 <b>10</b>
 <b>DIAGNOSTIC .....</b>	 <b>10</b>
 <b>Chapitre I : Diagnostic juridique .....</b>	 <b>11</b>
<b>1. Le RLP et son champ d'application .....</b>	<b>11</b>
1.1. Définition d'un Règlement Local de Publicité.....	11
1.2. La procédure d'élaboration ou révision du RLP.....	12
1.3. Champ d'application territorial et géographique du RLP .....	13
1.4. Champ d'application matériel : les dispositifs visés par le RLP.....	14
1.5. Principes généraux de la réglementation nationale des publicités, préenseignes et enseignes.....	17
<b>2. Saint-Maximin-la-Ste-Baume au regard du cadre législatif .....</b>	<b>23</b>
2.1. L'agglomération de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume.....	23
2.2. Les protections imposées par le code de l'environnement.....	25
A. La protection des éléments patrimoniaux remarquables.....	25
B. La protection des éléments environnementaux et paysagers remarquables .....	28
C. La protection des axes de circulations spécifiques .....	29
2.3. Les protections imposées par le code de la route.....	30
2.4. Le Schéma Routier Départemental.....	31
2.5. La Charte du Parc Naturel Régional de la Sainte Baume : un document hiérarchiquement supérieur au RLP de Saint-Maximin.....	32
2.6. Protections issues d'autres documents hiérarchiquement supérieurs .....	34
A. Les éléments issus du PLU.....	34
B. Les périmètres institutionnels de protection environnementaux et paysagers.....	38
2.7. Le grand-paysage de Saint-Maximin et les points d'appels paysagers.....	39
2.8. Synthèse des enjeux du territoire .....	46
<b>3. Le règlement local de publicité de 1998 .....</b>	<b>49</b>
3.1. Le zonage du RLP .....	49
3.2. Le règlement du RLP .....	50
3.3. La conformité du RLP par rapport au Règlement National de Publicité (RNP).....	52
 <b>Chapitre II : Diagnostic de l'organisation territoriale.....</b>	 <b>54</b>
<b>1. Analyse des axes principaux.....</b>	<b>54</b>
<b>2. Les fonctionnalités urbaines du territoire .....</b>	<b>56</b>
<b>3. Le développement urbain de la commune .....</b>	<b>58</b>

3.1. Un zonage du Règlement Local de Publicité de 1998 dépassé .....	58
3.2. Les perspectives de développement à l'échelle du SCoT de la Provence Verte .....	59
3.3. Les perspectives d'évolution à l'échelle communale : le Plan Local d'Urbanisme.....	62
A. <i>Les objectifs de développement du PLU en vigueur</i> .....	62
B. <i>Les secteurs d'extension du PADD</i> .....	63
<b>Chapitre III : Diagnostic du tissu publicitaire .....</b>	<b>65</b>
1. <b>Le centre ancien</b> .....	<b>67</b>
2. <b>Le centre-ville et ses extensions</b> .....	<b>74</b>
3. <b>Les pénétrantes d'entrée de ville</b> .....	<b>88</b>
4. <b>Les zones d'activités</b> .....	<b>102</b>
5. <b>Le reste du territoire</b> .....	<b>114</b>
<b>Chapitre IV : Conclusion du diagnostic et synthèse des enjeux</b>	<b>120</b>
<b>PARTIE II : .....</b>	<b>123</b>
<b>ORIENTATIONS .....</b>	<b>123</b>
Les orientations.....	124
<b>PARTIE III : .....</b>	<b>125</b>
<b>JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS .....</b>	<b>125</b>
1. <b>Choix et explication du zonage retenu</b> .....	<b>126</b>
1.1. Choix retenu pour la limite d'agglomération .....	126
1.2. Choix retenu pour la délimitation du zonage.....	129
1.3. Choix retenu pour la délimitation des autres prescriptions règlementaires.....	135
2. <b>Explication des choix règlementaires retenus</b> .....	<b>137</b>
2.1. Zone 1 : Le centre ancien historique.....	137
2.2. Zone 2 : Le centre-ville et ses extensions .....	139
2.3. Zone 3 : Les voies pénétrantes.....	141
2.4. Zone 4 : Les zones d'activités.....	144
<i>Rappel des enjeux :</i> .....	144
2.5. Zone 5 : Le reste du territoire.....	146
3. <b>Synthèse du règlement</b> .....	<b>148</b>
<b>PARTIE IV : .....</b>	<b>150</b>
<b>RESUME NON TECHNIQUE .....</b>	<b>150</b>

## Préambule

Saint-Maximin-la-Sainte-Baume est située en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, dans le département du Var, en limite avec le département des Bouches-du-Rhône. Elle fait partie de la Communauté d'Agglomération de la Provence Verte.

Avec ses 16 433 habitants en 2017 (donnée Insee), Saint Maximin est l'une des deux principales communes de la communauté d'agglomération, avec la commune de Brignoles.

Cerné au Nord par des collines boisées entrecoupées de vignobles et au Sud, les assises du massif de la Sainte-Baume, Saint-Maximin bénéficie d'une très bonne desserte routière et autoroutière, avec la présence de l'autoroute A8 et de la RDN7 qui traverse son territoire. Ces infrastructures lui permettent de relier les grandes agglomérations de la région : Marseille (1h), Aix-en-Provence (35 min) et Toulon (1h) et de profiter d'une situation géographique stratégique entre la vallée du Rhône et la Côte d'Azur.

Très visité grâce à sa Basilique, plus grand édifice gothique de Provence, Saint-Maximin est également situé en partie dans le Parc Naturel Régional (PNR) de la Sainte Baume et à proximité de 3 sites touristiques majeurs : le Golfe de Saint-Tropez, les Gorges du Verdon et la Côte d'Azur.

Fort de son cadre de vie privilégié et de sa situation entre ville et campagne, le village de Saint-Maximin est aujourd'hui en train de changer de visage pour devenir une ville dynamique à part entière.

### Situation de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume



## 1. Les raisons de la révision du RLP

La commune de Saint-Maximin était dotée d'un règlement local de publicité, des enseignes et préenseignes depuis le 29 avril 1998 ; défini dans le cadre de la première réglementation d'ensemble de l'affichage publicitaire extérieur et des enseignes de la loi 79-1150 du 29 décembre 1979. Celui-ci avait 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 trouvait dépassé à la fois par l'évolution de l'urbanisation et de l'aménagement du territoire de la commune et par les évolutions législatives. Ainsi, la commune a lancé une procédure de révision de son RLP en mars 2020 afin d'être mis en conformité avec la nouvelle réglementation en vigueur.

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.

L'article L.581-14-3 du Code de l'Environnement modifié par la loi n°2020-734 du 17 juin 2020, impose que les RLP approuvés antérieurement à la loi ENE soient révisés, sous peine d'être frappés de caducité, dans un délai de 10 ans et 6 mois à compter de la date d'entrée en vigueur de cette loi (soit avant le 14 janvier 2021).

Le RLP de 1998 est donc devenu caduc au cours de sa procédure de révision. Depuis le 14 janvier 2021, l'application du règlement national de publicité est de rigueur. Il devient ainsi primordial de définir un nouveau RLP pour adapter le règlement national au contexte spécifique de Saint-Maximin.

## 2. Les objectifs de la révision du RLP

Par délibération en date du 5 mars 2020, le Conseil Municipal a prescrit la révision du Règlement de Publicité sur la commune de Saint-Maximin avec les objectifs de le mettre en conformité avec la nouvelle réglementation en vigueur ainsi que de valoriser le territoire et le paysage rattaché au Parc Naturel Régional de la Sainte-Baume en luttant contre les pollutions visuelles générées par les dispositifs publicitaires.

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 mise en valeur du cadre de vie de Saint-Maximin constitue un objectif majeur de la municipalité, qui a récemment effectué de nombreux travaux d'aménagement.

Cette qualité du cadre de vie 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 devra répondre aux objectifs suivants :

- ✘ Prendre en compte la loi du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement et son décret d'application n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes, qui apportent de nouvelles restrictions (règles de densité, restrictions concernant la publicité lumineuse), mais aussi de nouvelles possibilités (bâches publicitaires, micro affichage...), soit la prise en compte des nouveaux modes de publicité et matériels ;
- ✘ Construire un nouveau document prenant en compte le développement de la ville en termes d'aménagement du territoire communal depuis son adoption et ses futurs projets ;
- ✘ Conserver les particularités paysagères de la commune, garantir la valorisation de son patrimoine bâti et préserver la qualité du cadre de vie et de l'environnement dans le respect du droit à l'expression et à la diffusion d'information et idées et aux besoins de la publicité extérieure et des (pré)enseignes, indispensables à l'activité économique locale ;
- ✘ Améliorer l'image de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume perçue depuis les entrées de ville et les principales voies de circulation en luttant contre les pollutions visuelles ;
- ✘ Limiter la pollution visuelle des dispositifs publicitaires en réglementant leur quantité et leurs modalités d'implantation en particulier en fixant des obligations et des modalités d'extinction de la publicité lumineuse et des pré-enseignes lumineuses afin d'assurer au surplus une limitation de la consommation énergétique ;
- ✘ Améliorer l'intégration des enseignes, (pré)enseignes et publicités dans le paysage urbain, naturel et agricole ;
- ✘ Prendre en compte les enjeux spécifiques du centre ancien et notamment les perspectives sur la basilique Sainte-Marie-Madeleine et ceux découlant de la charte du Parc naturel régional de la Sainte-Baume.

### 3. Méthodologie

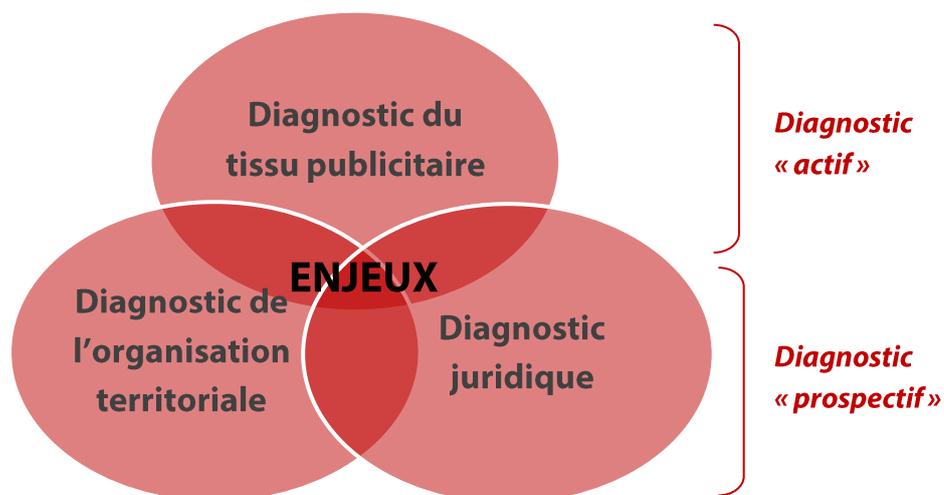
La révision du RLP a pour objet non seulement d'intégrer l'urbanisation nouvelle de la commune dans les périmètres de protection du règlement de publicité, des enseignes et pré enseignes de la commune, mais également de prendre en compte les nouvelles règles nationales du code de l'environnement le tout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

Pour cela, notre démarche de projet s'articule autour de 3 principales phases :

- ▶ Phase 1 : Un diagnostic territorial et enjeux
- ▶ Phase 2 : Définition d'orientations au regard des enjeux
- ▶ Phase 3 : Construction du nouveau projet

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 dans une troisième phase.

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).

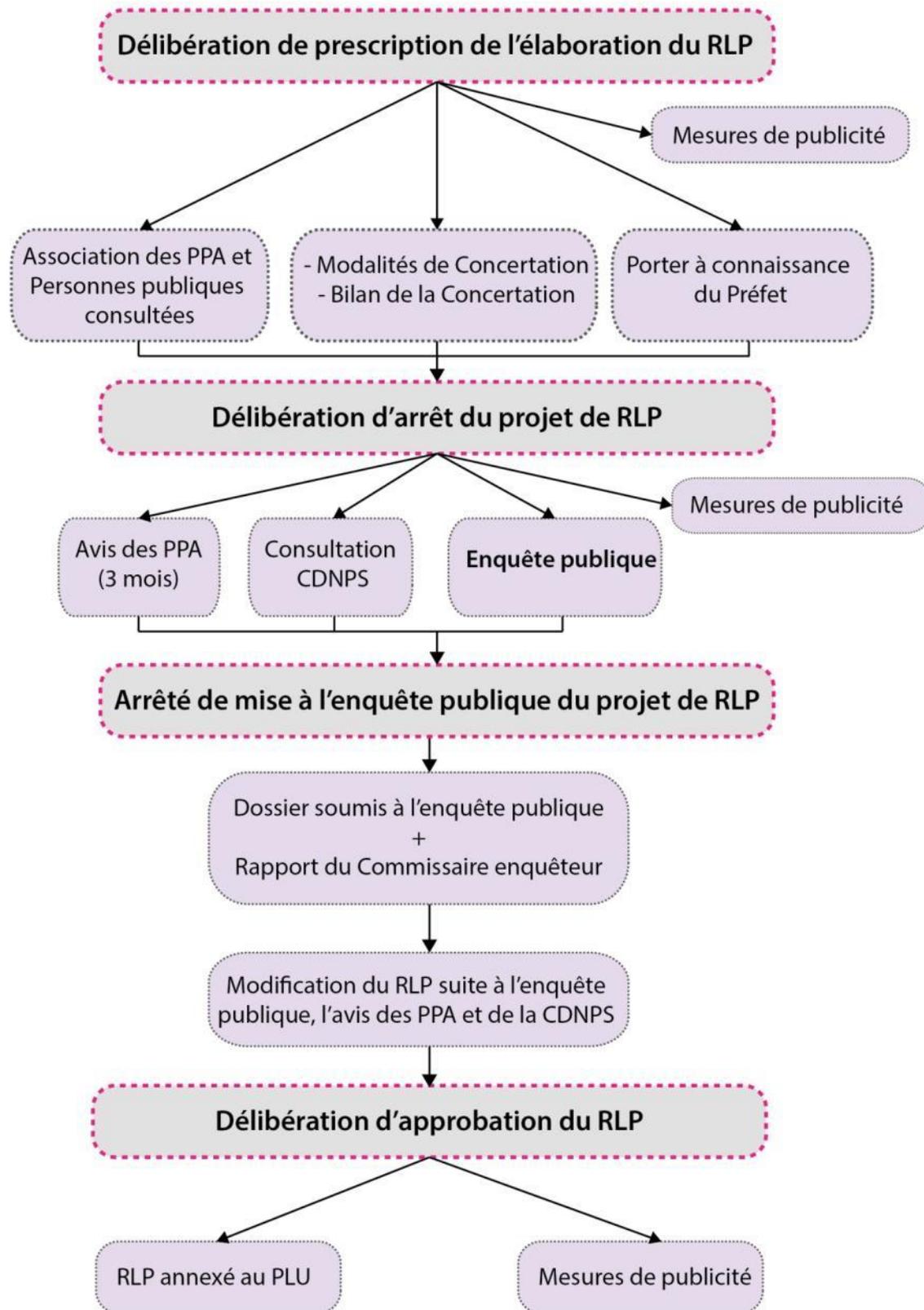
Le RLP approuvé est annexé au PLU. Son élaboration suit, depuis la loi du 12 juillet 2010 et son décret d'application du 30 janvier 2012, les mêmes règles que le Plan Local d'Urbanisme (PLU). Les documents obligatoires le composant sont donc dorénavant plus nombreux :

- ✦ 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. la procédure d'élaboration ou révision du RLP

### PROCEDURE D'ELABORATION D'UN RLP



Procédure d'élaboration du RLP (source : Légifrance)

### 1.3. Champ d'application territorial et géographique du RLP

#### ► Les voies ouvertes à la circulation publique

L'article L.581-2 détermine le champ d'application géographique de la réglementation. Les publicités, enseignes et préenseignes, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du code de l'environnement et, le cas échéant, le RLP(i).

La voie ouverte à la circulation publique est entendue comme étant la voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif (Art. R.581-1). Sont ainsi visés : les routes, autoroutes et routes à grande circulation, mais également les voies navigables, les chemins de grande randonnée, les pistes de ski et les télésièges ainsi que les voies ferrées, les quais à ciel ouvert des gares ferroviaires ou les parkings.

#### ► La notion d'agglomération

*"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, fixés par décret" (art L581-7).*

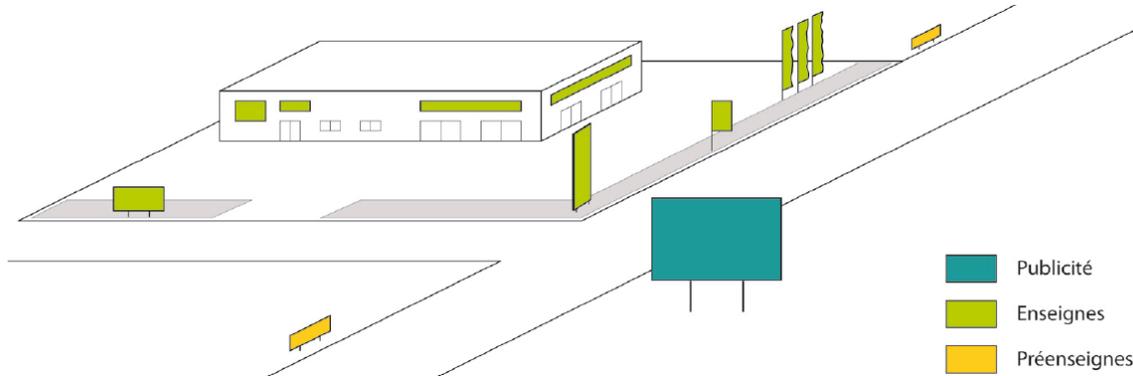
#### **Définition de l'agglomération**

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 par voie d'arrêté (Art. R.411-2).

Dans la pratique, il arrive que ces deux notions ne coïncident pas et donc, face à cette situation de litige, le Conseil d'Etat a précisé cette définition en faisant prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134).

## 1.4. 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 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.

Il existe différents types de publicité avec des dispositions propres à chacune d'entre elles<sup>1</sup>, et notamment :

- **La publicité non lumineuse** comprenant :
  - o la **publicité murale** installée sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité : mur de tout bâtiment, mur de clôture, clôture ou palissade tout type. Elle s'oppose à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.
  - o la **publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol** est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet, plus rarement posée directement sur le sol. Elle est régie par les articles R.581-30 à R.581-33 du code de l'environnement.
- la **publicité lumineuse** comprenant :
  - o la **publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence** est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tube néon : caissons lumineux, panneaux vitrines.

<sup>1</sup> Définition extraite du *Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure* réalisé par le Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie

- La **publicité lumineuse numérique** désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds, tec. Téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo.
  - La **publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence** est principalement constituées par les néons, souvent installés sur les toitures. Ils sont quelquefois muraux, plus rarement scellés au sol.
- **la publicité sur mobilier urbain :**
- Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indications du nom des rues, tec.) La publicité n'est autorisée que sur 5 catégories de mobilier urbain :
- les **abris destinés au public** sont essentiellement destinés aux utilisateurs des transports en commun.
  - les **kiosques**, à journaux ou autres kiosques à usage commercial peuvent supporter des publicités même si, dans la plupart des cas, les kiosques à journaux supportent les affiches des « unes » des publications en vente et sont donc des enseignes.
  - les **colonnes porte-affiche** sont des mobiliers traditionnels des centres-villes. Elles ne peuvent recevoir d'autres informations que l'annonce des spectacles ou de manifestations culturelles (cinéma, théâtre, spectacle, concert)
  - les **mâts porte-affiche** sont composé au maximum de 2 panneaux situés dos-à-dos et sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.
  - les **mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques** regroupent des mobiliers aux formes et dimensions diverses. A l'origine planimètres (supportant le plan de la ville), dénommés dans le langage courant « sucettes », il a évolué au fil du temps vers des formats plus grands. Ce type de mobilier urbain peut prendre la forme d'un pied unique en forme de mât sur lequel est apposée une information non publicitaire à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Dans tous les cas, il a pour caractéristique de ne pouvoir accueillir une surface de publicité excédant la surface totale des informations ou œuvres artistiques et il est en général « double-face ». Lorsque la face réservée à la collectivité est fixe et que la face commerciale est mobile (déroulante\*, trivision), la parité est considérée comme respectée. D'autre part, l'information non publicitaire doit être visible à tout moment. Les pratiques de « temps partagé » ne sont pas admises.

► **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.

Bien que très proche de la définition de l'enseigne, la préenseigne s'en distingue toutefois par son lieu d'implantation. L'enseigne est implantée sur l'immeuble où s'exerce l'activité signalée alors que la préenseigne est implantée sur un immeuble matériellement différent de celui où s'exerce l'activité signalée.

► **Les enseignes**

Définition: *Constitue une enseigne toute inscription apposée sur un immeuble ou un terrain et relative à l'activité qui s'y exerce. (article L581-3 2°)*

Cf. annexe du rapport de présentation : fiche conseil sur les enseignes du CAUE Var et l'UDAP du Var  
Différents emplacements d'enseignes sont autorisés par la loi :

- ✘ **Sur le sol** : Les enseignes scellées ou installées au sol sont fixées ou installées directement sur le sol, dans le périmètre de l'unité foncière relative à l'activité qui s'y exerce. Elles peuvent prendre différentes formes : panneau, totem, drapeau, oriflamme, chevalet, etc.
- ✘ **Sur une clôture ou un garde-corps** : Les enseignes sur clôture ou garde-corps sont appliquées directement sur la clôture ou le garde-corps, parallèlement à ceux-ci, sans pouvoir en dépasser de tout côté.
- ✘ **Sur toiture, auvent ou marquise** : Ces enseignes, sont fixées directement sur la toiture, l'auvent ou la marquise.
- ✘ **Sur la façade de l'activité (enseignes murales)** : Deux types d'enseignes murales peuvent être mises en place :
  - **Les enseignes parallèles au mur** : Ces enseignes sont appliquées à plat sur la façade de l'activité, sans en dépasser, ou encore peintes sur celle-ci. Lorsqu'elles sont positionnées au-dessus de la vitrine, on parle aussi d'enseigne en bandeau.
  - **Les enseignes perpendiculaires au mur** : Ces enseignes, encore appelées enseignes en drapeau, sont fixées en hauteur sur la façade commerciale, de façon perpendiculaire à celle-ci.



Source: Service Public Pro

► **Les dispositifs ne relevant pas de la réglementation sur la publicité extérieure: la Signalisation Locale d'Information (SIL)**

Une SIL est une signalisation routière "officielle" du ressort du gestionnaire de la voirie qui est réglementée par l'arrêté interministériel relatif à la Signalisation Routière du 24 novembre 1967 modifiée et ses décrets d'application. C'est un nouveau mode de signalisation conçu pour guider l'usager de la route, en complément de la signalisation de direction, vers les services et équipements susceptibles de l'intéresser dans son déplacement et situés à proximité de la voie sur laquelle il se déplace.

Une SIL constitue une signalisation routière applicable en agglomération et hors agglomération qui devra obligatoirement être **relative aux services et équipements d'intérêt local utiles aux personnes en déplacement**. Il conviendra de se conformer aux règles fondamentales de la signalisation de direction, à savoir, notamment : homogénéité, visibilité, visibilité et continuité. Étant une signalisation routière, la SIL n'est pas réglementée dans le cadre du Règlement Local de Publicité. Sa mise en place est, de préférence, associée à la mise en œuvre d'un schéma directeur de signalisation de direction.

### **1.5.Principes généraux de la réglementation nationale des publicités, préenseignes 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 à l'exception :**

- des activités en relation avec la fabrication ou la vente des produits de terroir par des entreprises locales, des activités culturelles et des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- de certaines opérations et manifestations exceptionnelles, à titre temporaire.

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 : le **seuil de 10 000 habitants appartenant ou non à une unité urbaine de 100 000 habitants**, 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.

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.

### ► **La publicité**

**La publicité est interdite hors agglomération** (article L581-7). Deux dérogations à cette interdiction pour les secteurs à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux et dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.

**La publicité est interdite** (interdiction absolue sans dérogation possible) **dans les secteurs sensibles suivants** (article L581-4 du CE) :

- ✘ 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 ;
- ✘ sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (article R581-22 du CE) ;
- ✘ sur les clôtures non aveugles, les murs de cimetière et de jardin public (article R581-22) ;
- ✘ sur les murs des bâtiments sauf si ces murs sont aveugles ou comportent des ouvertures supérieures à 0,50 m<sup>2</sup> (article R581-22 du CE).

Le maire a la possibilité de protéger par arrêté les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque en interdisant la publicité sur ces derniers après avis de la CDNPS.

De plus, **la publicité est également interdite** (interdiction relative puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP) **en agglomération** des communes situées dans les cas suivants (article L581-8 du CE) :

- ✘ Aux abords des monuments historiques ;
- ✘ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ;
- ✘ Dans les secteurs sauvegardés ;
- ✘ Dans les sites inscrits ;
- ✘ Dans les parcs naturels régionaux (PNR) ;

- ✘ A moins de 100 mètres du champ de visibilité 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 ;
- ✘ 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 scellée au sol ou installée directement sur le sol est également interdite en agglomération (article R581-30 du CE) dans :**

- ✘ Les espaces boisés classés ;
- ✘ 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 sur un plan local d'urbanisme (PLU) ou sur un plan d'occupation des sols (définition de la zone naturelle d'un PLU)

**Quant à la publicité lumineuse, il en existe 3 catégories :**

- ✘ La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- ✘ la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence. Il s'agit principalement de dispositifs constitués de néons ;
- ✘ la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente ; désigne essentiellement les « écrans » numériques, à l'image d'un téléviseur géant pouvant présenter des images fixes, des images animées ou une vidéo.

Ces 3 catégories doivent respecter les horaires et les normes d'extinction des publicités lumineuses, à savoir une extinction entre 1h et 6h pour les unités urbaines de moins de 800 000 habitants. (Article R581-35 du CE).

Pour la 1<sup>ère</sup> catégorie relative à la **publicité sur des dispositifs muraux et scellés au sol supportant des affiches éclairées par projection ou transparence** ; elle est autorisée dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Elle est limitée à 12m<sup>2</sup> et ne peut pas dépasser 7,5 m de haut pour les dispositifs muraux ou 6m de hauteur pour les dispositifs scellés au sol. En toiture, ce type de publicité lumineuse est interdit.

La seconde catégorie des **publicités lumineuses autres** est autorisée dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants en respectant une surface de 8m<sup>2</sup> et une hauteur de 6m pour les publicités lumineuses murales et scellées au sol. Pour celles en toiture, les règles de hauteur sont conditionnées à la hauteur de la façade de l'immeuble sur lequel elles sont apposées.

Les **publicités numériques** sont également autorisées dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants mais limitées à une surface de 8 m<sup>2</sup> et une hauteur de 6m si elles respectent les normes de consommation électrique. Dans le cas contraire, elles sont alors limitées à 1m<sup>2</sup> et 3m de hauteur.

► **Les préenseignes**

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	<b>Interdit</b>
Monuments historiques classés ou inscrits et ouverts à la visite	4 *	0	<b>Autorisé</b>
En retrait de la voie publique	2 **	1	<b>Interdit</b>
Services publics d'urgence	2 **	1	<b>Interdit</b>
Fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales	2 *	0	<b>Autorisé</b>
Activités culturelles (préenseignes temporaires)	4 par manifestation ou opération		<b>Autorisé</b>

(\*) *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 sont autorisées uniquement pour signaler la vente de produits du terroir, les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographiques, enseignement, expositions d'art) et les monuments historiques ouverts à la visite. Les préenseignes dérogatoires 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.

Le code de l'environnement précise que les dimensions des préenseignes dérogatoires ne peuvent excéder 1m de hauteur et 1,50m de largeur (art. 581-66 du CE).

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 doit être positionnée sur le domaine public au-delà de 20 mètres du bord de la chaussée, ou sur une propriété privée au-delà de 5 mètres ;
- ✘ 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

Elles sont soumises à autorisation dans les zones où la publicité est interdite et dans les communes dotées d'un RLP. Elles doivent être installées sur le bâtiment ou le terrain sur lequel se déroule l'activité.

Seule la quantité des enseignes scellées au sol à partir d'un mètre carré est réglementée : 1 seul dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'activité (sans limitation pour les enseignes < 1m<sup>2</sup>).

#### **a. Enseignes scellées au sol**

Les **enseignes scellées au sol** sont limitées à 12m<sup>2</sup> et à 6,5 m de hauteur si elles sont supérieures à 1 mètre de largeur et à 8 m de hauteur si elles sont inférieures à 1 m de largeur.

#### **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 cumulée des enseignes sur une toiture : 60m<sup>2</sup> maxi

##### Surface maximum cumulée (par établissement) :

- ✘ 15% de la surface de la façade si celle-ci est ≥ 50m<sup>2</sup>
- ✘ 25% de la surface de la façade si celle-ci est < 50m<sup>2</sup>

#### **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.

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

#### **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).

## 2. Saint-Maximin-la-Ste-Baume 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 Saint-Maximin 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.

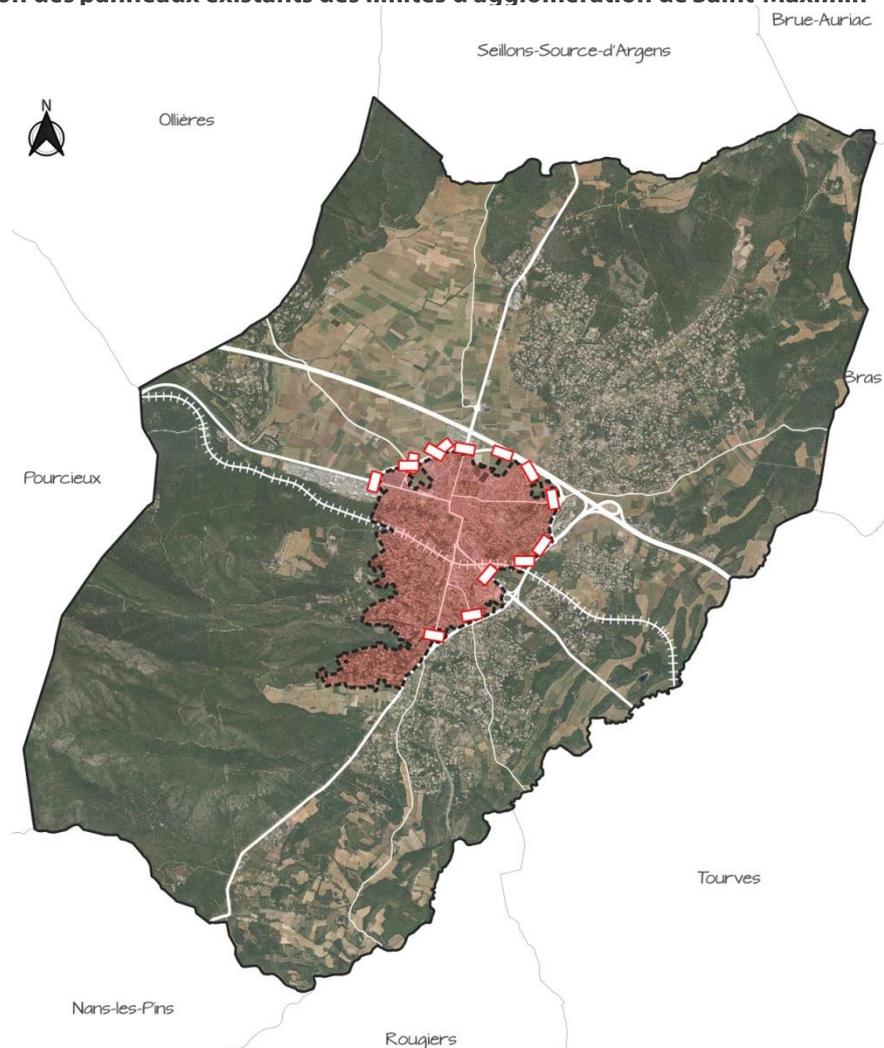
Enfin, d'autres éléments, non réglementés par le code de l'environnement, peuvent également être pris en compte dans le RLP. Sur Saint-Maximin-la-Sainte-Baume, il s'agit par exemple des espaces naturels protégés tels que les Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF) ou les éléments du patrimoine identifiés dans le PLU.

### 2.1. L'agglomération de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume

L'agglomération au sens du code de la route (art R 110-2) 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).

#### Position des panneaux existants des limites d'agglomération de Saint-Maximin

La dernière délimitation du périmètre de l'agglomération de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume a été fixée par arrêté municipal n° 418/2012 en date du 21 novembre 2012. Cet arrêté définit les limites d'agglomération et la position des 13 panneaux d'entrées et sortie d'agglomération le long des principales voies pénétrantes de Saint-Maximin.



Le porter à connaissance de l'Etat définit, en pratique, ce que représente la limite de l'agglomération fixée par le code de la route : « il s'agit de prendre en compte la réalité physique de l'agglomération, c'est-à-dire un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, situés de part et d'autre d'une voie. L'espace bâti est caractérisé par :

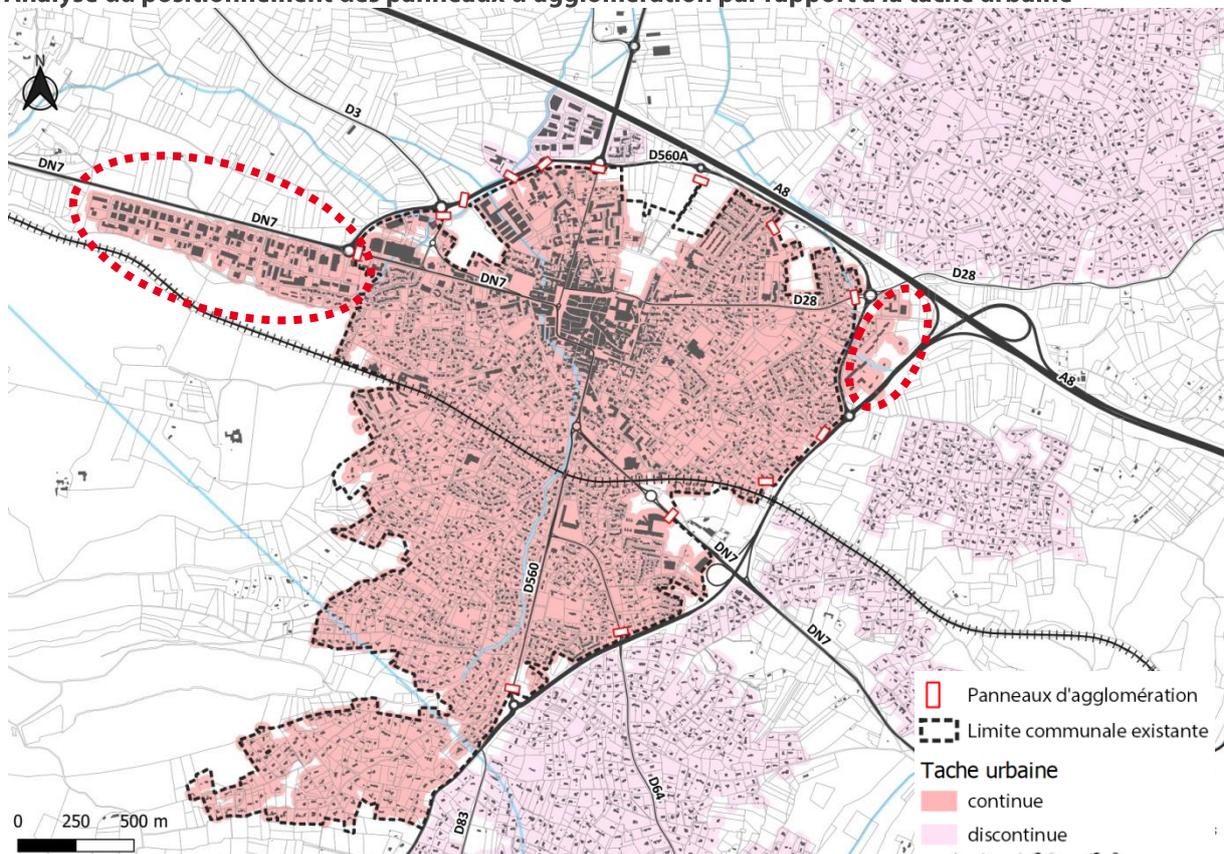
- un aménagement entre bâtiments de moins de 50m,
- des bâtiments proches de la route,
- une longueur d'au moins 400m,
- une fréquentation significative d'accès riverain,
- des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.

Dans tous les cas, les limites sont fixées au plus proche de l'espace bâti et par principe à moins de 50m du premier bâtiment. »

L'analyse des limites d'agglomération fixée par arrêté n°418/2012 du 21/11/2012 montre que la position actuelle des panneaux d'entrée et de sortie de l'agglomération **semble globalement adaptée à l'urbanisation agglomérée existante** (= tache urbaine de la carte ci-dessus = tampon de 25m autour des constructions) sauf pour 2 des entrées de ville qui peuvent poser question :

- ✘ L'entrée de ville Ouest par la route d'Aix (RDN7) où la zone d'activités du chemin d'Aix se situe hors agglomération alors que la continuité urbaine est clairement établie entre les constructions de part et d'autre du ruisseau des fontaines formant la limite d'agglomération existante ;
- ✘ L'entrée de ville par la route de Bras (RD28) où une continuité urbaine existe de part et d'autre de la déviation.

#### Analyse du positionnement des panneaux d'agglomération par rapport à la tache urbaine



**En dehors de ces parties agglomérées :**

- ✘ Toute **publicité est interdite** (article L 581-7 du code de l'environnement) ;
- ✘ Les **préenseignes sont interdites**, à l'exception des préenseignes dérogatoires, qui peuvent, être installés 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 » sous certaines conditions de dimensions, de nombre et distance notamment (articles 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 le périmètre d'agglomération des communes de plus de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de moins de 100 000 habitants**, comme cela est le cas pour Saint-Maximin, les publicités murales et scellées au sol sont être autorisées par le code de l'environnement, jusqu'à 12m<sup>2</sup> pour les dispositifs non lumineux, et 8m<sup>2</sup> pour les dispositifs lumineux.

**2.2. Les protections imposées par le code de l'environnement**

Le règlement national de publicité, notamment au travers des articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement, prévoit une réglementation plus contraignante sur certains secteurs sensibles en interdisant totalement les publicités. Les enseignes installées sur ces lieux ou immeubles sont soumises à autorisation préalable du maire lorsqu'un RLP est en vigueur sur le territoire. Ce code impose également des dispositions particulières le long de certains axes de circulation.

**A. La protection des éléments patrimoniaux remarquables**

Les sites et immeubles patrimoniaux remarquables possèdent également une réglementation plus restrictive :

**- Les publicités sont interdites sur les sites et immeubles patrimoniaux remarquables suivants :**

On ne peut y déroger dans le cadre du RLP :

- ✘ Les **immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques (L581-4 du CU) ;**
- ✘ Sur les **immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque**, définis par **arrêté du maire** sur demande ou après **avis de la CDNPS (L581-4 du CU)**
- ✘ Sur les **monuments naturels** et dans les **sites classés (L581-4 du CU)**

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

- ✘ Les **abords des monuments historiques situés en agglomération** (en cas d'absence de périmètre délimité, il existe un risque de co-visibilité dans un périmètre de 500m). (L581-8) ;
- ✘ Dans les **sites inscrits (L581-8)**,
- ✘ **À moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque situés en agglomération (L581-8) ;**
- ✘ Dans le **périmètre des sites patrimoniaux remarquables situés en agglomération** (anciennement ZPPAUP et AVAP). (L581-8).

- Seules 2 **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 (R.581-16):

- ✘ De l'ABF lorsque l'installation située dans un périmètre des sites patrimoniaux remarquables ou dans un secteur sauvegardé ;
- ✘ Du préfet de région lorsque l'installation est sur un monument naturel, un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre.

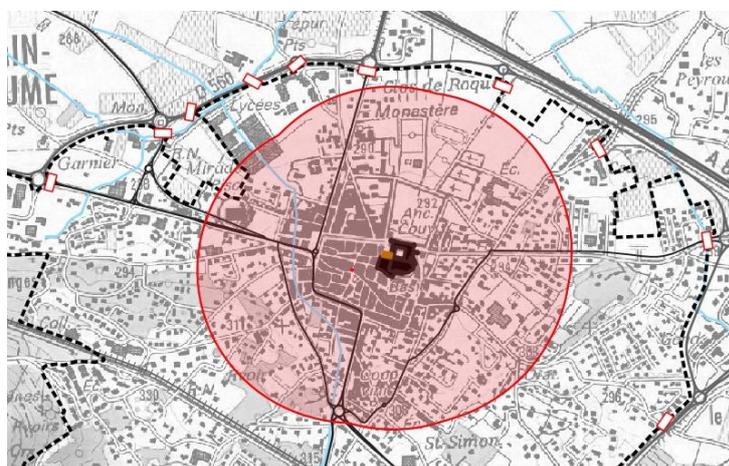
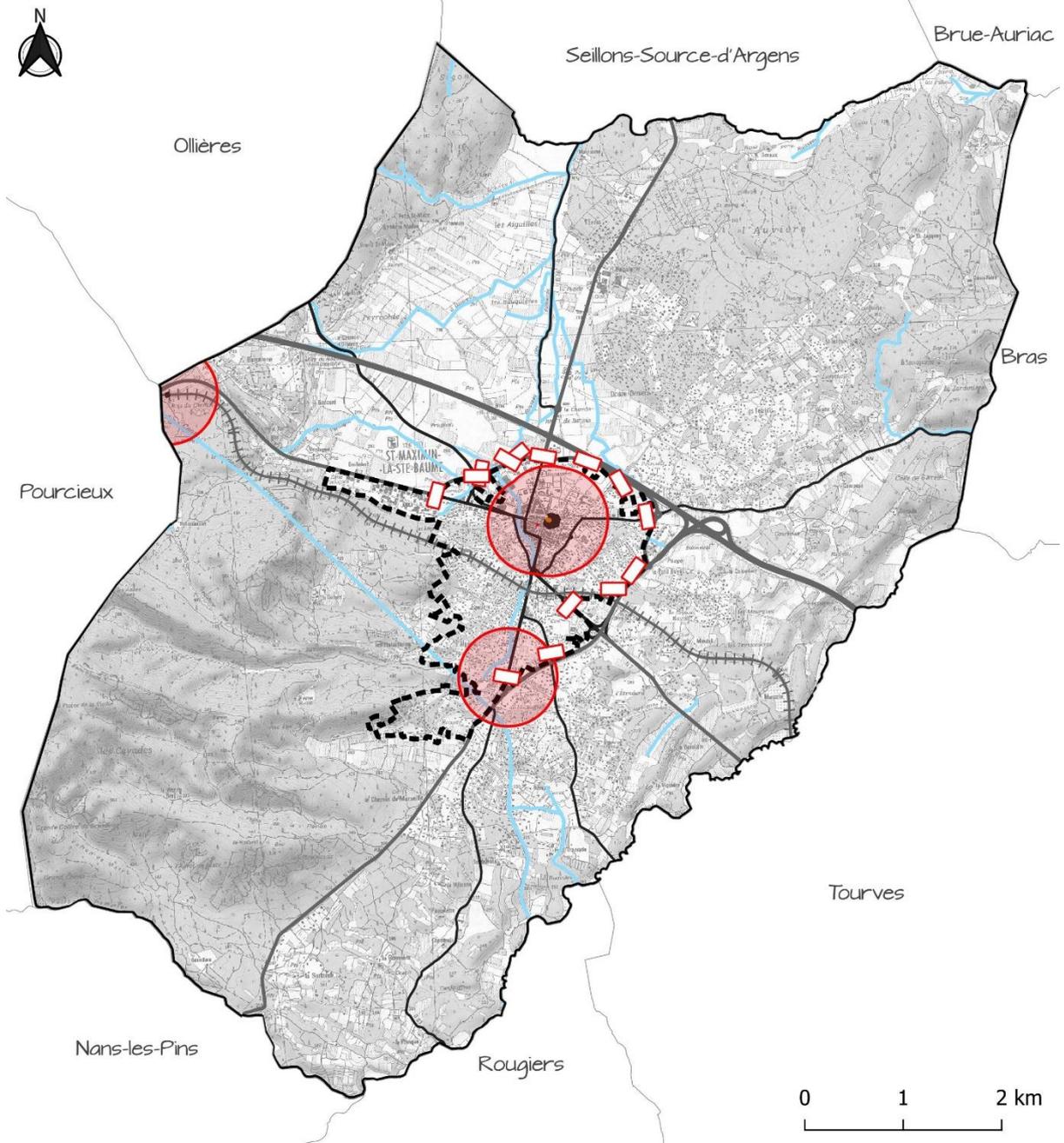
La commune de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume présente un riche patrimoine architectural et comporte 5 monuments historiques protégés et leurs abords :

- La Basilique Sainte-Madeleine, classée par arrêté du 13 décembre 1840 ;
- L'Oratoire dit du Saint-Pilon, classé par arrêté du 19 novembre 1910 ;
- L'hôtel de ville dont la façade principale et la toiture correspondante sont classées par arrêté du 2 novembre 1951 tandis que les autres façades et toitures sont inscrites par arrêté du 2 novembre 1951 ;
- Le Couvent des Dominicains (ancien), classé par arrêté du 3 juillet 1969 ;
- Le Baptistère, inscrit par arrêté le 23 octobre 1995 puis classé par arrêté le 7 janvier 1997 ;
- La Tour de l'Horloge, inscrit par arrêté du 7 août 2019.



Elle est également concernée par le pont romain entre Saint-Maximin et Pourcieux (également sur la commune de Pourcieux), classé par arrêté du 8 mars 1943.

**Patrimoine protégé de Saint-Maximin possédant une réglementation spécifique**



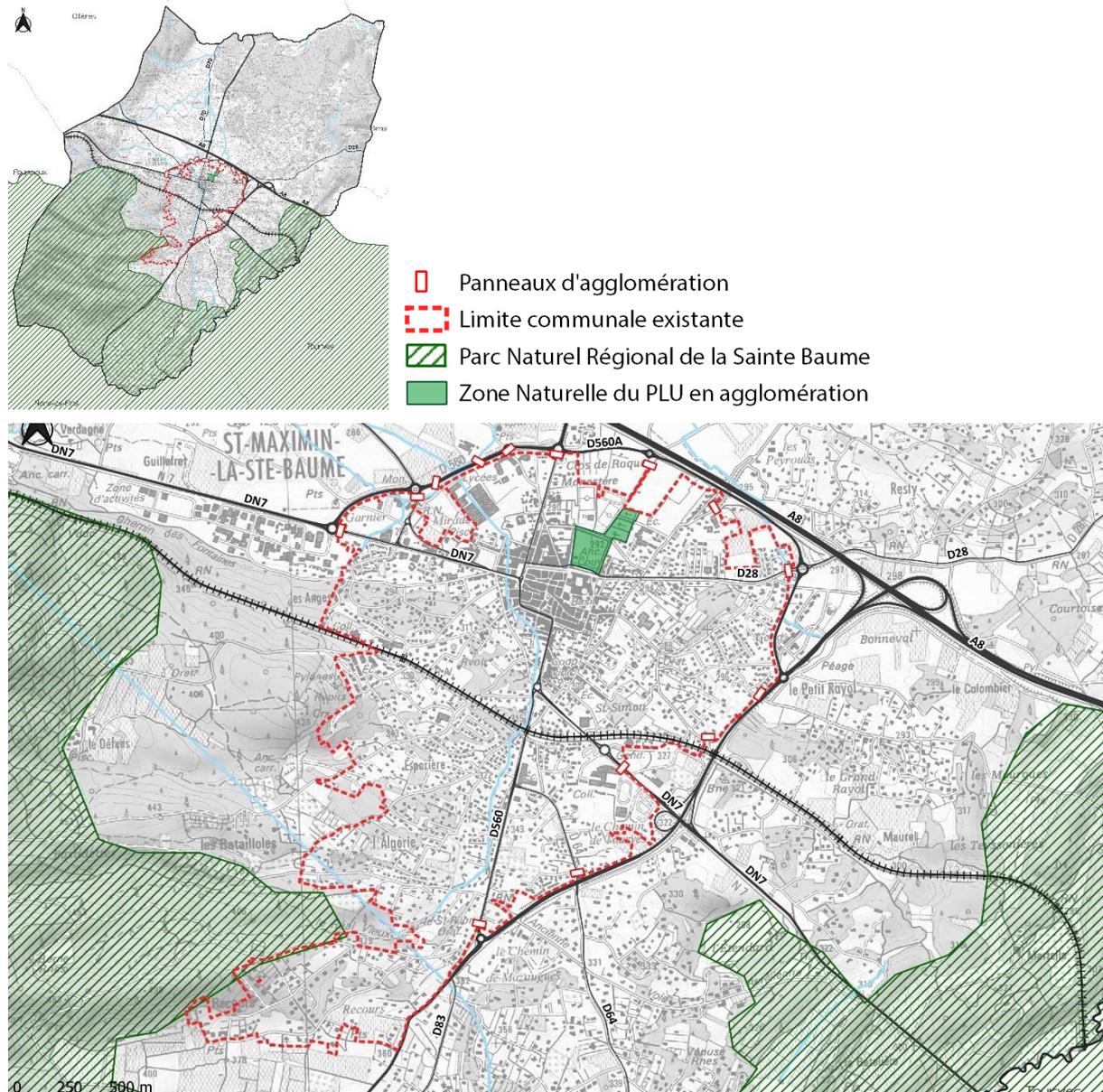
- Panneaux d'agglomération
- Limite communale existante
- Monuments historiques (MH)**
- Classé
- Inscrit
- Partiellement Classé ou Inscrit
- Protection au titre des abords des MH

## B. La protection des éléments environnementaux et paysagers remarquables

Il y a peu de secteurs à sensibilité environnementale et paysagère possédant une réglementation spécifique sur le territoire de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume ; il s'agit :

- ✘ du **Parc Naturel Régional de la Sainte Baume** : interdiction relative de la publicité, il est possible d'y déroger en agglomération dans le cadre d'un RLP mais, le périmètre du PNR étant situé hors agglomération il n'y a pas de dérogation possible pour St-Maximin. Les véhicules terrestres utilisés ou équipés à des fins publicitaires, ne peuvent pas circuler et les bâtiments motorisés supportant de la publicité sur les eaux intérieures, ne peuvent stationner ou séjourner dans un PNR ou sur les plans d'eau ou parties de plan d'eau situés à moins de 100 mètres de ce PNR. (L581-8) De plus, dans le périmètre du PNR, les enseignes sont soumises à autorisation (L151-18)
- ✘ Des **zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages** et de leur intérêt notamment du point de vue esthétique ou écologique, et **figurant sur un PLU** ou sur un POS : les publicités scellées au sol sont interdites (R581-30).

### Les sensibilités environnementales et paysagères possédant une réglementation spécifique



### C. La protection des axes de circulations spécifiques

Le code de l'environnement impose une réglementation spécifique sur certaines routes au titre de leur typologie. Ainsi, les publicités scellées au sol sont interdites si elles sont visibles (*art.R581-31 alinéa 2*) :

- ✘ d'une autoroute
- ✘ d'une bretelle de raccordement à une autoroute,
- ✘ d'une route express,
- ✘ d'une déviation ou voie publique situées hors agglomération.

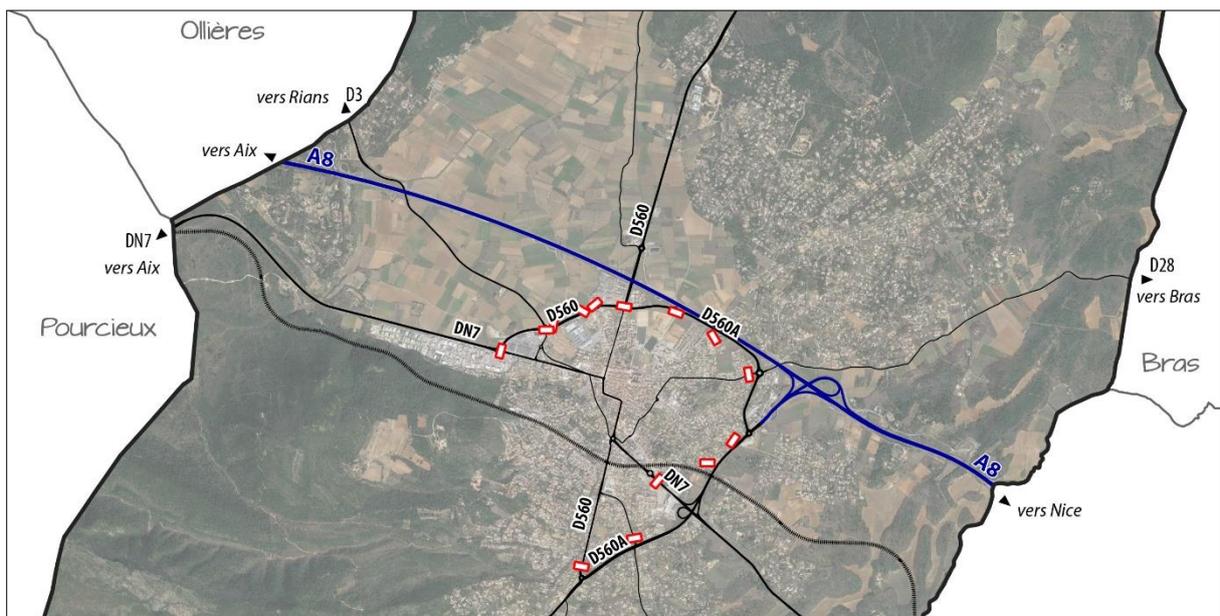
Le territoire de **Saint-Maximin ne possède qu'un axe de circulation spécifique : l'autoroute A8** située hors agglomération et qui traverse le territoire d'est en ouest et qui possède 2 bretelles d'accès.

La route départementale 560A ainsi qu'une partie de la RD560, bien qu'appelée communément déviation, n'est pas classée administrativement comme une route constituant une déviation de Saint-Maximin.

Il est important de préciser que la commune possède des **voies publiques situées hors agglomération sur lesquels aucune publicité scellée au sol ne** doit être visible même si elle est positionnée en agglomération. Les voies suivantes peuvent notamment être concernée par cette situation :

- ✘ La RDN7 Ouest, le long de la zone d'activité du chemin d'Aix est une voie publique hors aggro ;
- ✘ La RDN7 Est, route de Nice sur la partie hors agglomération ;
- ✘ La RD560 (route d'Esparron) et la RD560 A contournant le centre-ville avec des cônes de vue ponctuels sur ce dernier est aussi une voie publique située hors agglomération.

#### Les axes spécifiques de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume



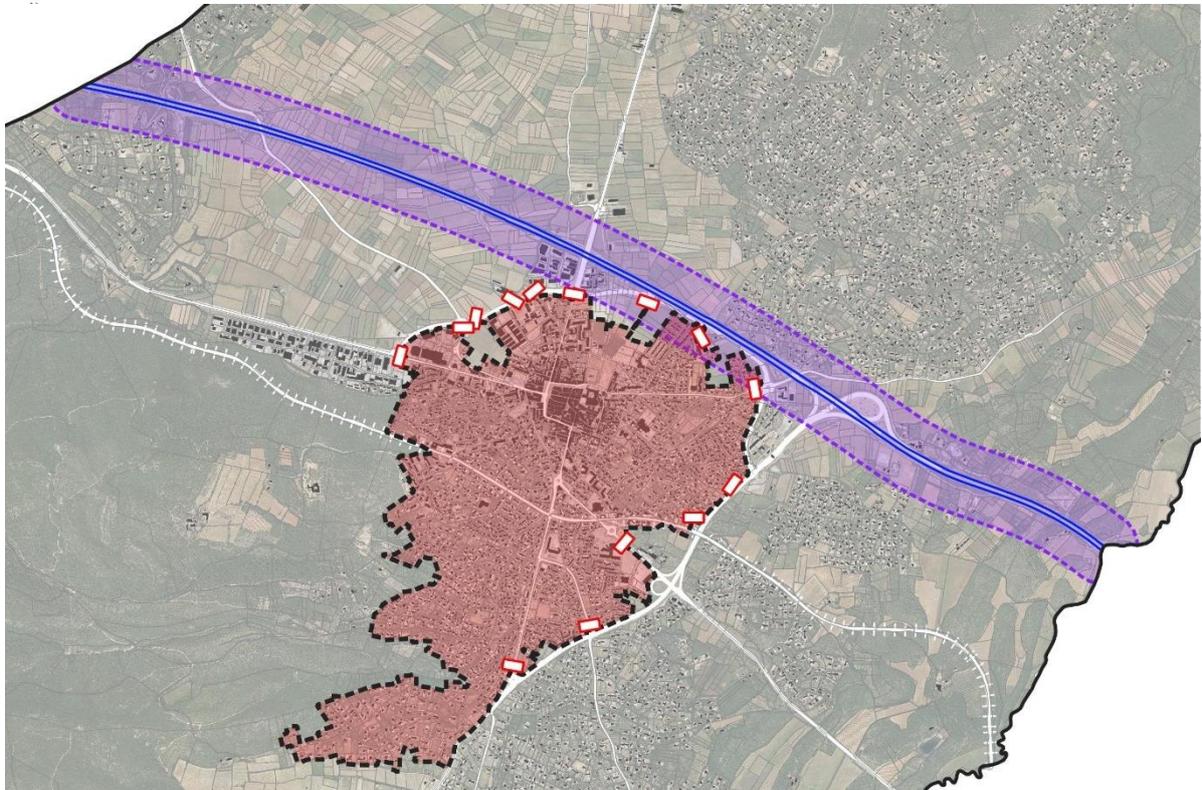
### 2.3. Les protections imposées par le code de la route

Le code de la route comporte également des dispositions spécifiques à la publicité pour des motifs de sécurité de circulation routière (articles R418-1 à 9 du code de la route). Il est notamment interdit :

- ✘ d'apposer des placards, papillons, affiches ou marquages sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tous autres équipements intéressant la circulation routière (*art. R418-3 Code de la route*) ;
- ✘ la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière (*art. R418-4 Code de la route*) ;
- ✘ en agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de quarante 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 de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de deux cents mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

Ainsi, sur le territoire de Saint-Maximin, toute publicité visible depuis l'autoroute A8, quelle soit murale ou scellée au sol, est interdite sur une largeur de 200m à partir du bord de la chaussée.

#### Bande d'interdiction de la publicité de part et d'autre de l'autoroute A8



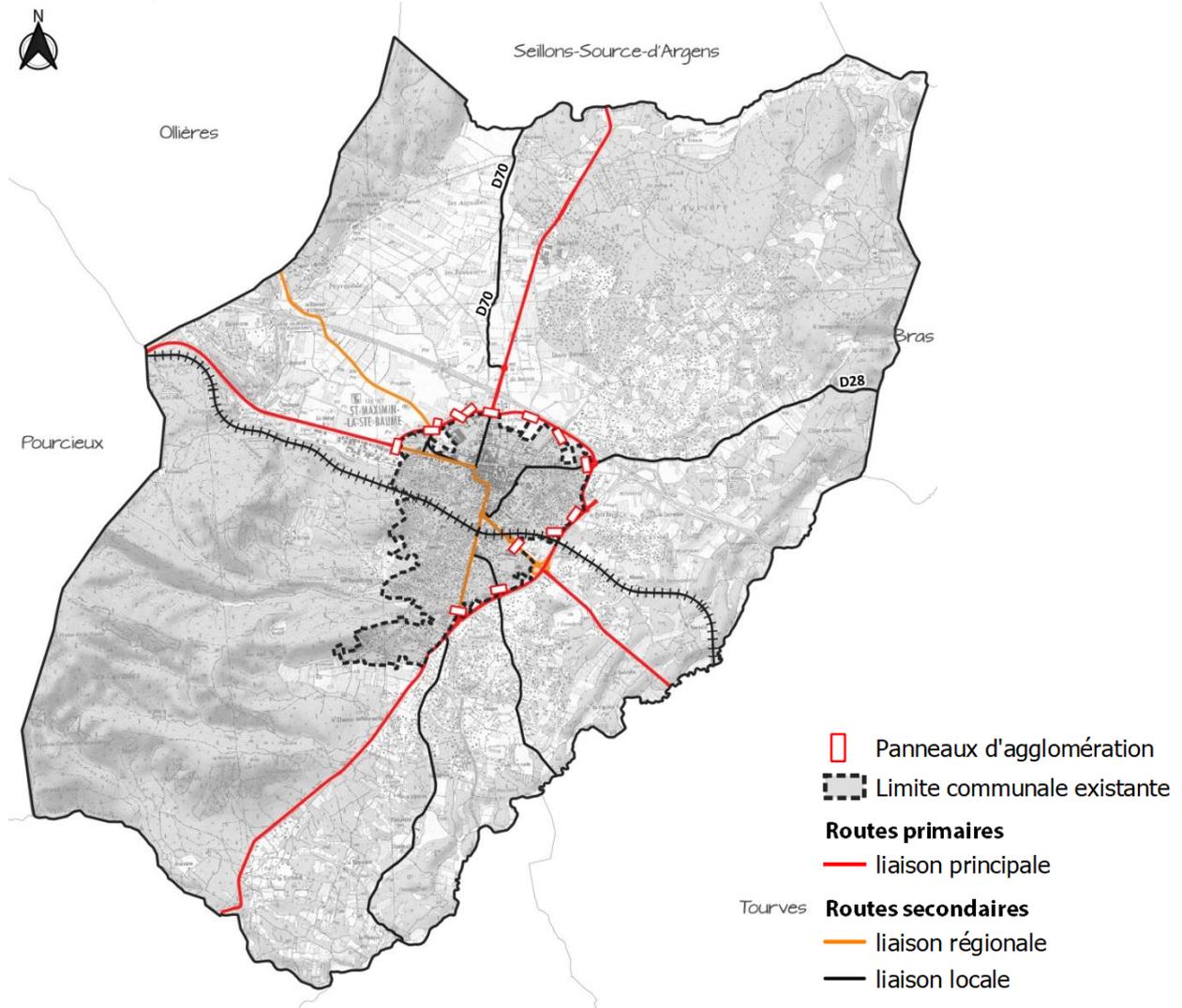
## 2.4. Le Schéma Routier Départemental

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 par la délivrance d'une permission de voirie par le Président du Conseil Départementale.

Ce Schéma régit notamment la saillie des enseignes, les supports publicitaires et le mobilier urbain implantés le long du domaine public routier départemental (*articles 3.13, 4.11 et 4.12*).

Ce Règlement Départemental de Voirie est annexé au présent rapport.

### Les routes départementales de Saint-Maximin



## 2.5. La Charte du Parc Naturel Régional de la Sainte Baume : un document hiérarchiquement supérieur au RLP de Saint-Maximin

Saint-Maximin appartient au Parc Naturel Régional (PNR) de la Sainte-Baume qui a approuvé sa Charte 2018-2032, en 2016 par le Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur suite à l'avis intermédiaire des instances nationales.

La loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010 introduit l'obligation pour les RLP d'être compatibles avec les orientations et mesures de la charte d'un parc naturel régional.

La Charte du Parc National de la Sainte Baume 2018-2032 inscrit le paysage au cœur de son projet de territoire en le considérant comme un levier de développement et d'attractivité. L'intégrité du paysage de la Sainte-Baume est donc un objectif transversal décliné dans chaque mesure de la charte, et dans ses 4 grandes ambitions qui sont :

- ▶ Préserver le caractère de la Sainte-Baume, protéger et mettre en valeur le patrimoine naturel et les paysages ;
- ▶ Orienter le territoire de la Sainte-Baume vers un aménagement exemplaire et durable ;
- ▶ Fédérer et dynamiser le territoire par un développement économique respectueux de l'identité du territoire et la valorisation durable de ses ressources ;
- ▶ Valoriser la richesse culturelle du territoire et valoriser le patrimoine culturel.

La Charte du PNR de la Sainte-Baume, dans sa mesure n°11 visant à améliorer le cadre de vie et à réduire les nuisances et l'exposition aux risques, comprend deux dispositions relatives à la publicité :

- ✘ Résorber les points d'altération paysagère par un recensement des publicités non adaptées sur le territoire ;
- ✘ Encadrer l'affichage publicitaire et la signalétique :
  - **Réaliser un diagnostic de l'affichage publicitaire** dans le parc afin de :
    - Inventorier les dispositifs illégaux et les dispositifs légaux portant une atteinte notable au paysage (points noirs paysagers) ;
    - Réaliser des plans d'action concertés incluant des préconisations pour supprimer les panneaux illégaux et requalifier les points noirs paysagers identifiés.
  - **Organiser et mettre en œuvre des opérations de police** par rapport aux dispositifs illégaux situés dans le parc.
  - **Accompagner les communes ou les EPCI, souhaitant déroger à l'interdiction de publicité, dans la mise en place de Règlements Locaux de Publicité (RLP) et veiller à leur compatibilité avec les orientations et mesures de la Charte signalétique du Parc :**
    - Assurer la compatibilité des règlements locaux de publicité avec les orientations et mesures de la Charte ;
    - Veiller à l'intégration paysagère et la qualité des dispositifs publicitaires autorisés, en s'assurant que les règlements locaux de publicité préconisent :
      - La limitation des nuisances visuelles des enseignes et préenseignes qui ont un impact conséquent sur l'environnement et le cadre paysager notamment lorsqu'elles sont lumineuses et éclairées ;
      - L'harmonisation de l'aspect des panneaux (surfaces, hauteur, coloris, matériaux...) ;
      - Le recours aux matériaux locaux et aisément recyclables.

- **Rechercher la cohérence visuelle le long des voies de circulation**, que ce soit en termes de taille, d'aspect, de hauteur et de positionnement des dispositifs.
- **Engager un travail spécifique avec les communes partiellement comprises dans le périmètre du PNR**, afin que les dispositifs publicitaires autorisés n'impactent pas négativement les entrées dans le parc.
- **Etablir une charte signalétique** qui harmonise et valorise les panneaux existants selon la typologie suivante :
  - Panneaux directionnels et de localisation (toponymie, localisation d'équipements, itinéraires touristiques, panneaux indicateurs, panneaux d'interprétation, panneaux d'informations culturelle et touristique, micro-signalisation, relais d'information service) ;
  - Panneaux publicitaires, enseignes, préenseignes ;
  - Information événementielle.
- **Mettre en place des outils opérationnels tels un guide à destination des Communes et EPCI**, permettant de répondre aux questionnements sur les règlements locaux de publicité et sur la signalisation des activités, sites et services.

Sur le plan de la Charte du PNR de la Sainte-Baume, aucune mesure spatialisée relative à la publicité n'est présente sur le territoire de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume.

Ainsi pour être compatible avec les orientations et mesures de la Charte du PNR de la Sainte-Baume, la commune doit associer le Parc à la procédure de révision du RLP ainsi qu'organiser et mettre en œuvre les opérations de police contre l'affichage publicitaire illégal une fois le RLP approuvé.

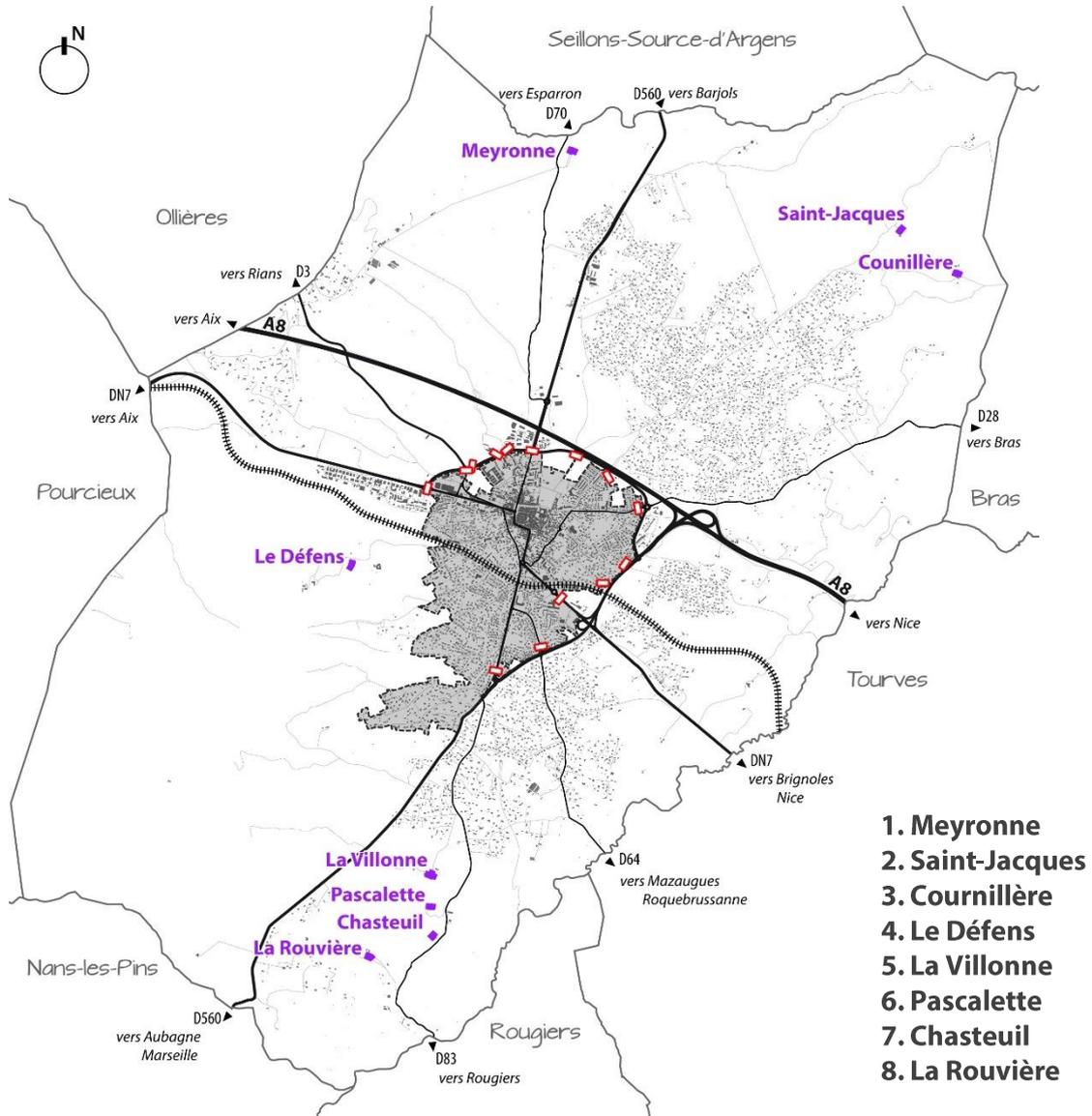
## 2.6. Protections issues d'autres documents hiérarchiquement supérieurs

### A. Les éléments issus du PLU

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

Le document graphique du PLU localise 8 éléments du patrimoine bâti protégés au titre de l'ancien article L123-1-5 du code de l'urbanisme nouvellement codifié L.151-19 dans le code de l'Urbanisme :

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





Le PLU a identifié et protégé 4 cônes de vue remarquables sur la Basilique Sainte-Madeleine, monument historique identitaire de la commune et point de repère à l'échelle de St-Maximin. Par ses dimensions monumentales et son positionnement sur un point haut du village, la Basilique est visible depuis de nombreux espaces et de la plupart des dessertes routières traversant le territoire communal. C'est le cas par exemple de l'ensemble des secteurs agricoles du Nord de la commune. En effet, depuis la route départementale 70, l'œuvre architecturale gothique vient s'imposer face au relief plan et ouvert du paysage agricole. La basilique sert alors de point de direction pour rejoindre le centre-ville de Saint-Maximin. Afin de préserver ces vues sur le monument, depuis les routes départementales et communales, la commune a décidé de rendre, dans son PLU, l'ensemble des espaces agricoles qui forment ce faisceau visuel, strictement inconstructible, ceci afin de ne pas occulter les perceptions sur ce paysage. Ce faisceau visuel rend également le monument visible le long de l'autoroute A8, ainsi que le long de la nouvelle déviation qui représente à l'heure actuelle une toute nouvelle « entrée de centre-ville » pour la commune de Saint Maximin.

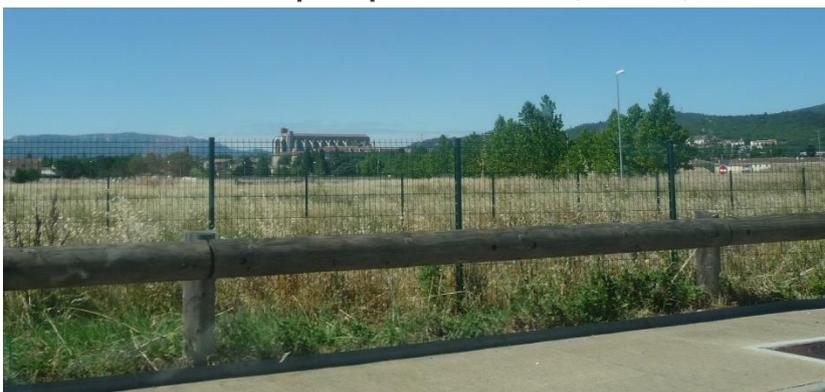
Le PLU a également identifié et protégé les cônes de vue visibles (en ligne droite) depuis l'Avenue Gabriel Péri et l'Avenue Albert Premier. La route de Nice (RDN7) dispose également d'un point de vue remarquable sur la basilique au niveau de son intersection avec la voie ferrée (situation dominante). Bien que ces points focaux sur le patrimoine architectural communal existent, ils ne sont, pour la plupart, pas réellement mis en valeur. Ceci est particulièrement vrai pour le point de vue de la route de Nice qui est parasité par la présence de panneaux publicitaires et d'enseignes scellées au sol sur ces abords directs.

Ces éléments ne font pas l'objet d'une protection contre les dispositifs publicitaires au titre de la réglementation nationale, cependant, ils constituent des espaces sensibles qu'il convient de prendre en compte dans le RLP.

#### **Panorama dégagé sur les espaces ouverts et cône de vue sur la Basilique depuis l'entrée Nord, route de Barjol (RD560)**



#### **Cône de vue sur la Basilique depuis la déviation (RD 560A)...**



#### **et depuis Av. Père Lagrange**



Cône de vue sur la Basilique et le Mont Aurélien depuis la route de Bras (RD 28)



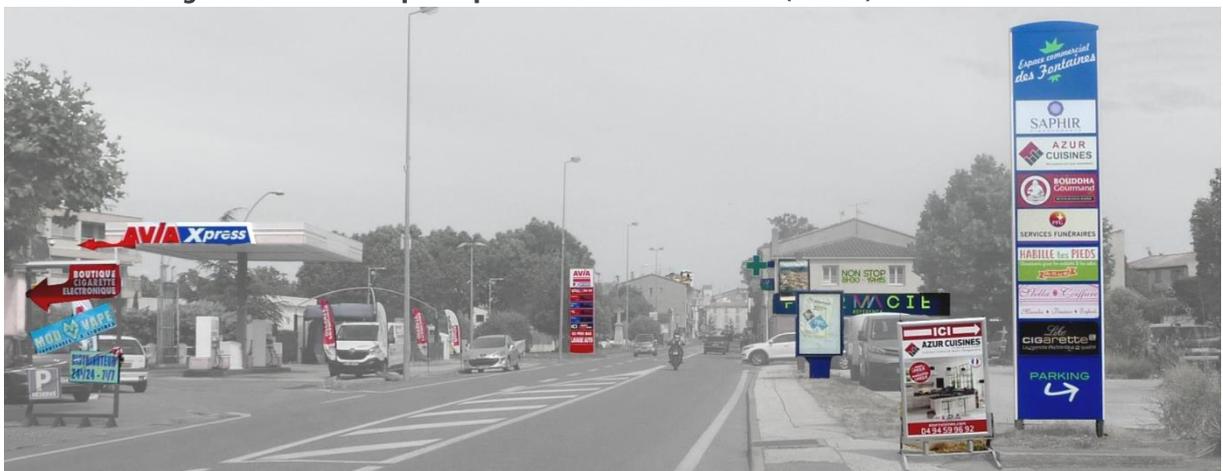
Cône de vue sur la Basilique et le Mont-Aurélien depuis l'avenue du Huit Mai 1945 (RD 28)



Cône de vue dégradé sur la Basilique depuis la route de Nice (RDN 7)



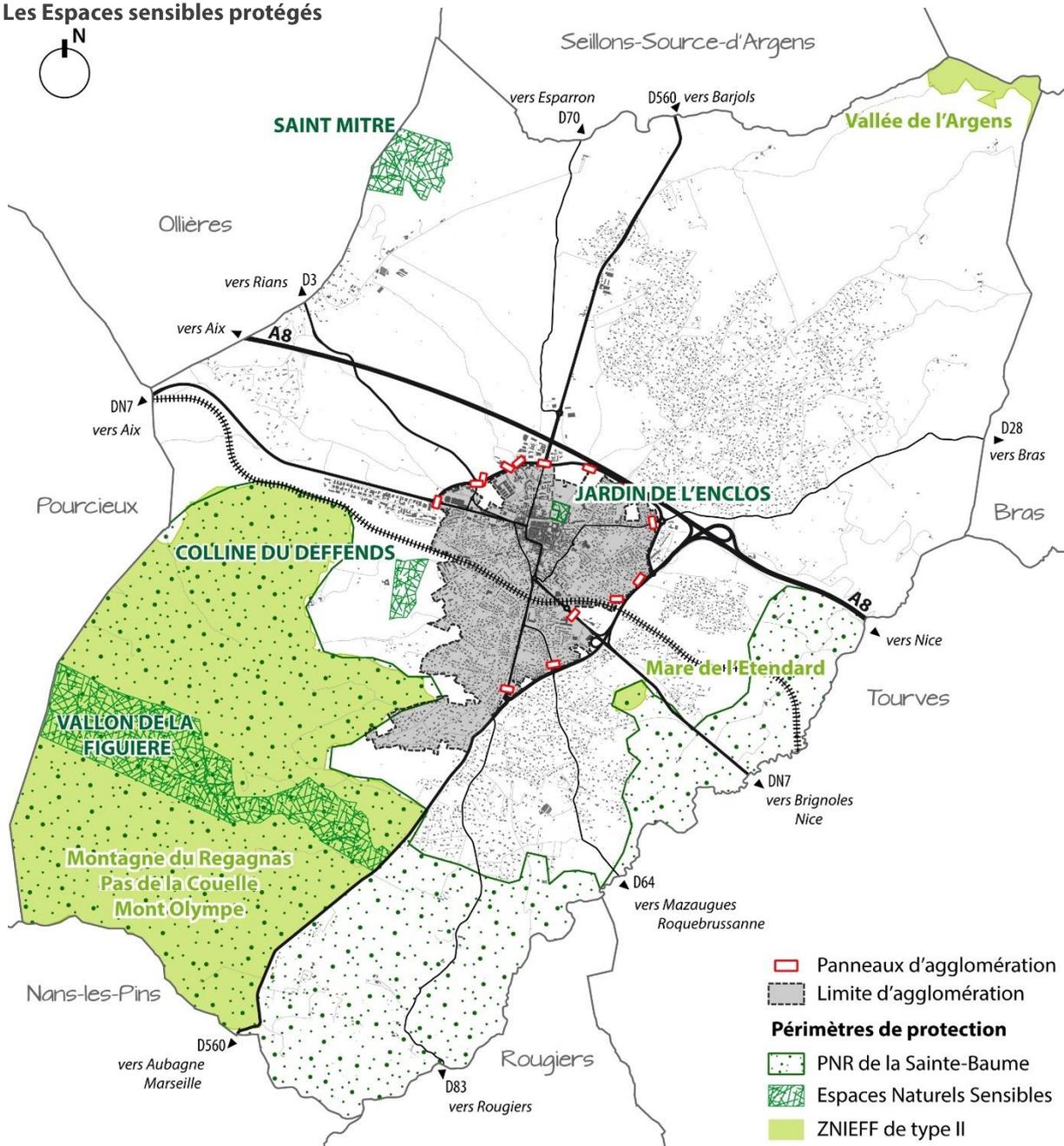
Cône de vue dégradé sur la Basilique depuis l'avenue Gabriel Péri (RDN 7)



## B. Les périmètres institutionnels de protection environnementaux et paysagers

Les reliefs et les milieux humides de Saint-Maximin sont dotés d'une qualité (et donc d'une sensibilité) aussi bien paysagère qu'écologique, comme l'atteste la présence de 3 Zones Naturelles d'intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF) de type 2 et de 4 espaces naturels sensibles (ENS) :

### Les Espaces sensibles protégés



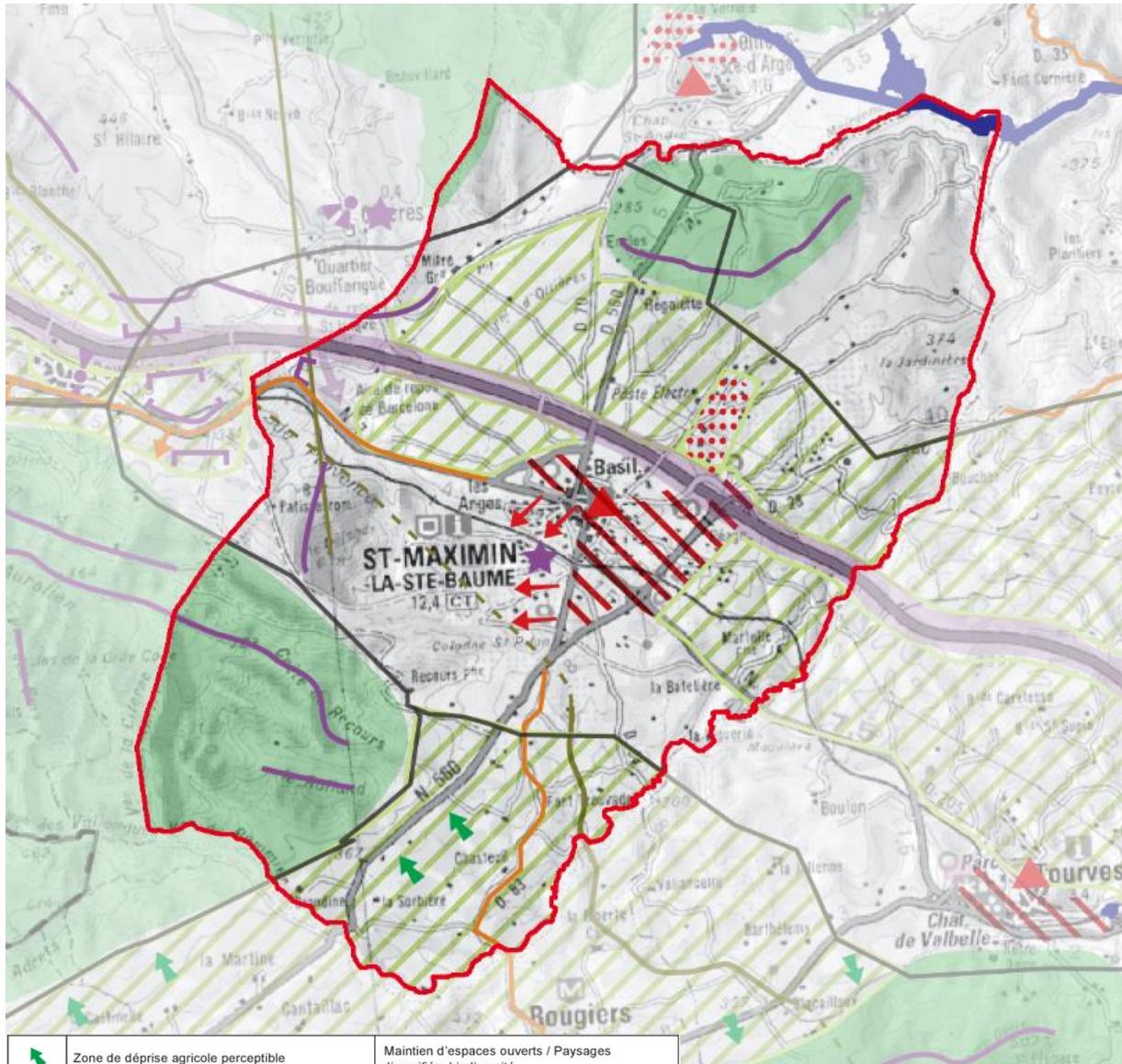
La chaîne de Montagnes située à l'Ouest du territoire est marquée par une crête très nette, perpendiculaire à l'arrête, atteignant près de 900m à l'Olympe sur le Mont Aurélien. La partie orientale comporte au nord des falaises élevées et un ubac bien marqué formant un bel ensemble boisé continu où s'observent par endroits des vallons assez frais.



► **Les panoramas sur le grand paysage depuis les voies de la plaine agricole ouverte**

L'Atlas du paysage du Var identifie sur le territoire de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume, 2 axes routiers offrant des points de vue de qualité sur le paysage ainsi qu'une diversité des paysages découverts. Il s'agit de la route d'Aix (RDN7) en entrée de ville ouest et la route de Rougiers (RD83) au Sud de la commune. L'enjeu sur ces axes est de maintenir la qualité des voies et de leurs abords.

**Les enjeux paysagers localisés de l'Atlas des paysages du Var sur le territoire de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume**



	Zone de déprise agricole perceptible	Maintien d'espaces ouverts / Paysages diversifiés, biodiversité
	Principale structure rurale de qualité	Équilibre / Harmonie et identité des terroirs
	Ensemble mixte forêt / agriculture à dominante forestière	Gestion / Maintien des équilibres
	Silhouette de village remarquable	Préservation et gestion du socle et de la silhouette / Diversité architecturale et urbaine
	Secteur d'extension urbaine	Mutations rapides, à guider dans un projet urbain / Limitation de la banalisation
	Secteur pavillonnaire sur les versants et dans les plaines	Maîtrise de l'extension, densification / Amélioration de la qualité paysagère et limite de l'étalement
	Paysage de route et point de vue offert de qualité	Maintien de la qualité de la voie et de ses abords / Diversité des paysages découverts
	Élément bénéficiant d'une protection (chapelle, fort)	Sensibilité des abords en vue proche ou lointaine / Valorisation du patrimoine
	Élément non protégé	
	Ligne de crête forte	Valorisation des éléments paysagers
	Écran ou seuil paysager (gorges, col...)	Changement de perception (resserrement ou basculement) / Compréhension de l'événement visuel

La route d'Aix offre ainsi un panorama exceptionnel d'où l'on peut observer le village perché de Seillons-Source-d'Argens avec en arrière-plan les gorges du Verdon, les reliefs du Centre Var avec le Grand et le Petit Bessillon le massif de la Sainte-Baume ainsi que le cône de vue sur la Basilique.

#### Large panorama depuis la RDN7 – entrée de ville route d'Aix



#### Cône de vue sur la Basilique depuis la route d'Aix



La route de Rougiers, quant à elle, chemine au travers d'un paysage agricole vallonné permettant de découvrir, au détour d'un boisement, de belles perspectives sur le massif de la Sainte-Baume.

#### Perspectives sur le massif de la Sainte-Baume depuis la route de Rougiers – RD83



Au-delà de ces 2 voies, c'est bien l'ensemble des axes des plaines agricoles qui présente des panoramas de qualités sur le Grand Paysage et les massifs environnants. On peut ainsi admirer de beaux points de vue sur la Ste-Victoire, le Mont Aurélien et le massif de la Sainte-Baume depuis

l'ensemble des routes Nord. L'autoroute A8, tracée en belvédère, donne à voir le Grand Paysage dans son ensemble, de la Sainte-Victoire jusqu'au massif de la Loube ainsi que la Basilique.

**Panorama depuis la route d'Ollières (RD3) sur le Mont Aurélien que l'on retrouve sur l'ancienne route d'Esparron (RD70), la route de Barjols (RD560) et la déviation (RD560A)**



**Panorama sur le massif de la Sainte-Baume et la Basilique depuis la route d'Ollières (RD3)**

**Panorama sur le village perché de Seillons et les gorges du Verdon depuis la route d'Ollières (RD3) aussi perceptible depuis la déviation (RD560A) au niveau du giratoire de la ZA CAP Ste Baume et depuis l'ancienne route d'Esparron (RD70)**



**Panorama depuis la route de Barjols (RD560) du massif de la Loube jusqu'au Mont-Aurélien**



**Panorama depuis la route de Barjols (RD560) du massif de la Sainte-Baume à celui de la Ste-Victoire**



**Large panorama depuis l'autoroute A8 de Seillons-Source-d'Argens jusqu'au Mont-Aurélien****Cône de vue depuis l'autoroute A8 sur la Basilique, en arrière-plan la Ste-Baume et le Mont-Aurélien**

► ***Quelques points de vue depuis les voies du Sud et de l'Est***

Les axes du Sud et de l'Ouest qui traversent les collines présentent quelques points de vue dégagés lorsqu'on borde des espaces ouverts agricoles. Ainsi les vignobles et les prairies le long de la route de Bras (RD28), de Nice (RDN7), de Mazaugues (RD64) ou de Marseille (RD560) ouvrent sur de brefs points de vue sur la Sainte-Baume, le Mont-Aurélien ou la Basilique.

**Panorama depuis la route de Bras (RD28)****Point du vue sur la Sainte-Baume depuis la route de Nice (RDN7)**

**Point du vue sur la Sainte-Baume depuis la route de Marseille (RD650)**



**Point du vue sur le Mont-Aurélien depuis la route de Mazaugues (RD64)**



► **Les autres cônes de vue et point d'appels**

Au-delà des 4 cônes de vue sur la Basilique Sainte-Marie-Madeleine identifiés par le PLU (cf. chapitre 2.6 précédent), on note la présence de 3 autres cônes de vue en entrée de ville :

- Un cône de vue sur la Basilique se dégage à l'entrée de l'agglomération sur la route d'Ollières.

**Cône de vue sur la Basilique depuis l'entrée d'agglomération route d'Ollières**



- Un joli cône de vue sur le village perché de Seillons-Source-d'Argens se trouve à la sortie du giratoire de la ZA Cap Ste Baume sur la route d'Ollières

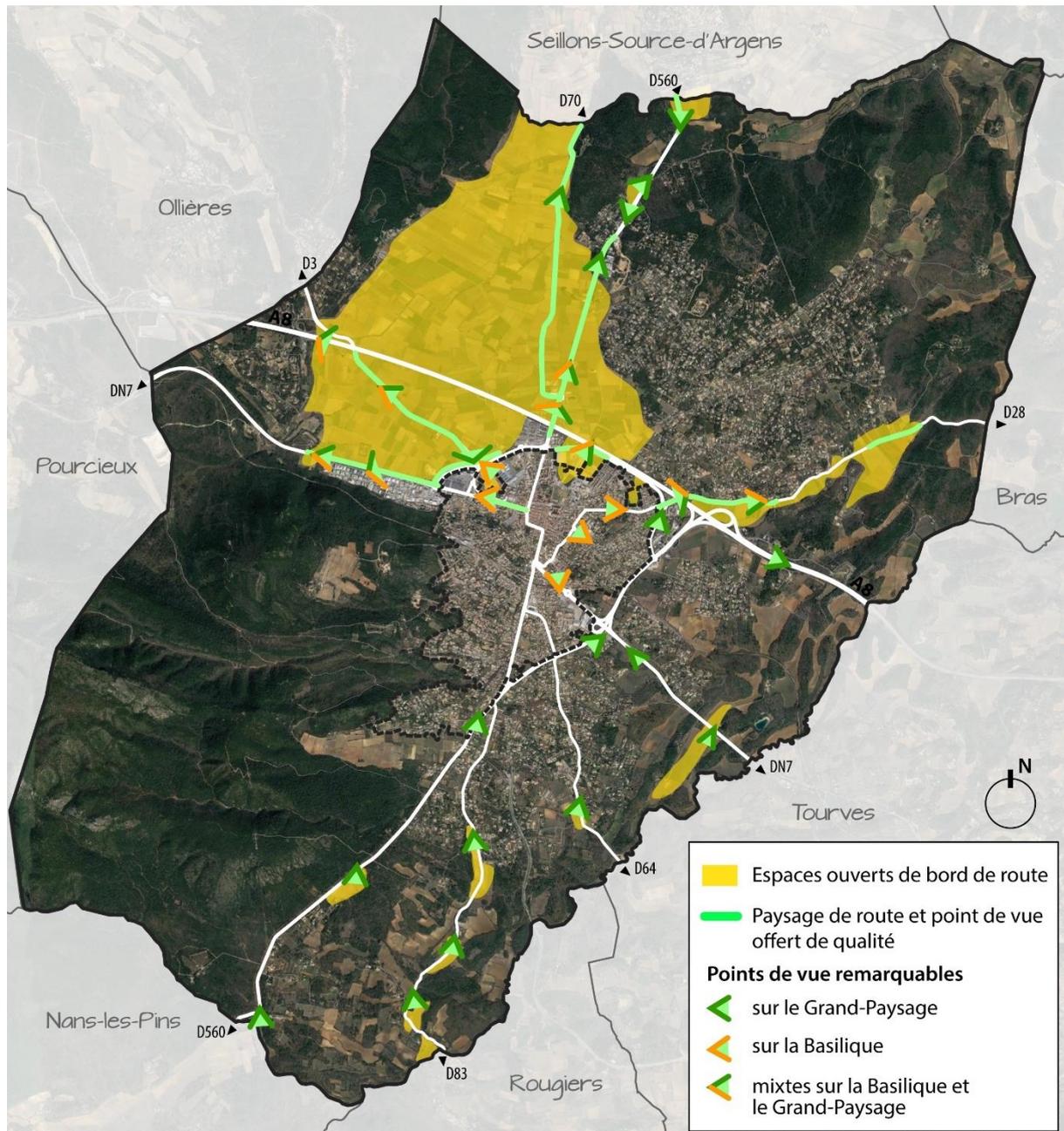
**Cône de vue sur Seillons-Source-d'Argens**



Cône de vue sur la Basilique depuis le chemin St-Simon



► **Carte de synthèses des cônes de vue et des panoramas présents sur St-Maximin**

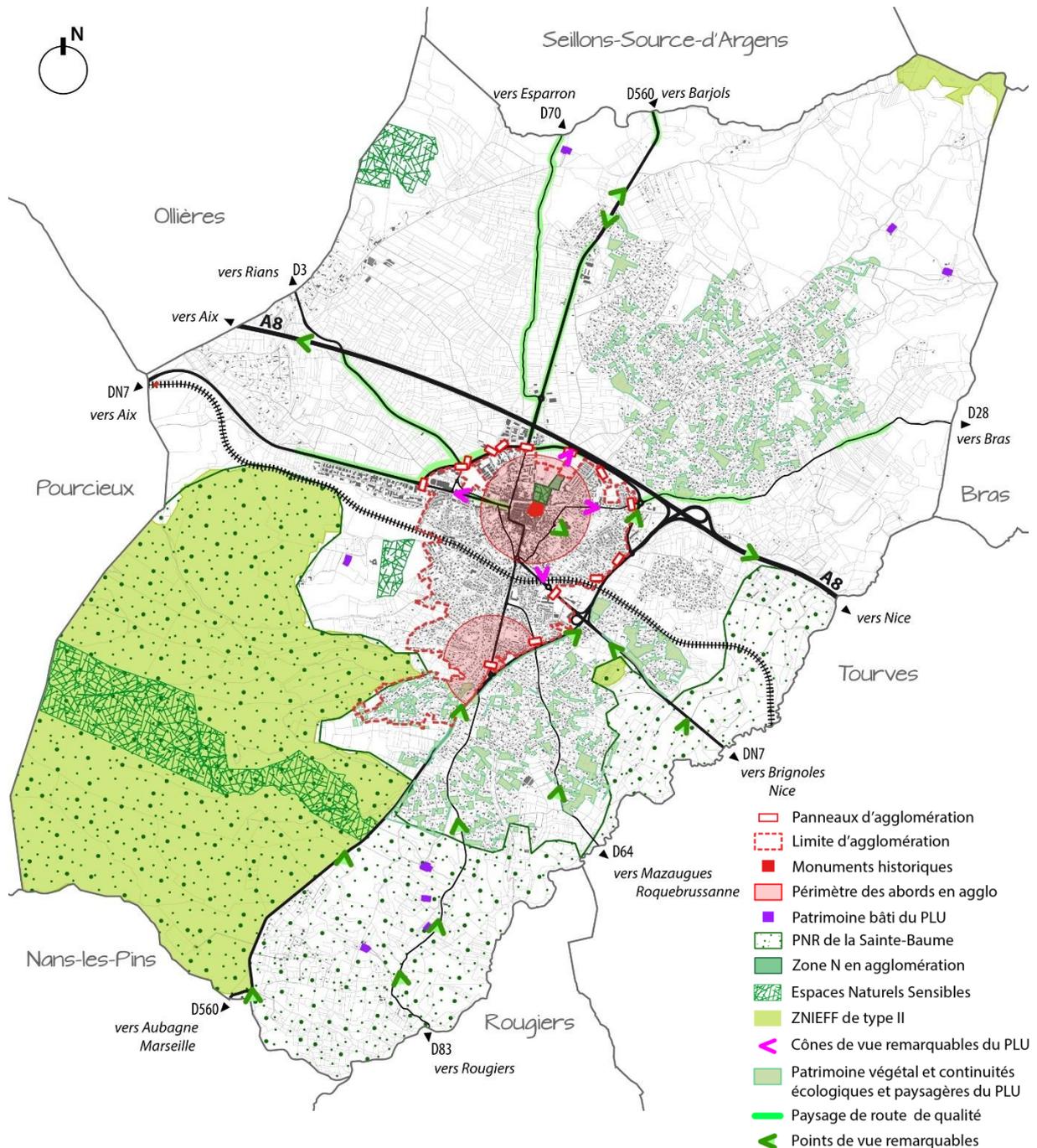


## 2.8. Synthèse des enjeux du territoire

Les enjeux identifiés précédemment sont de deux ordres :

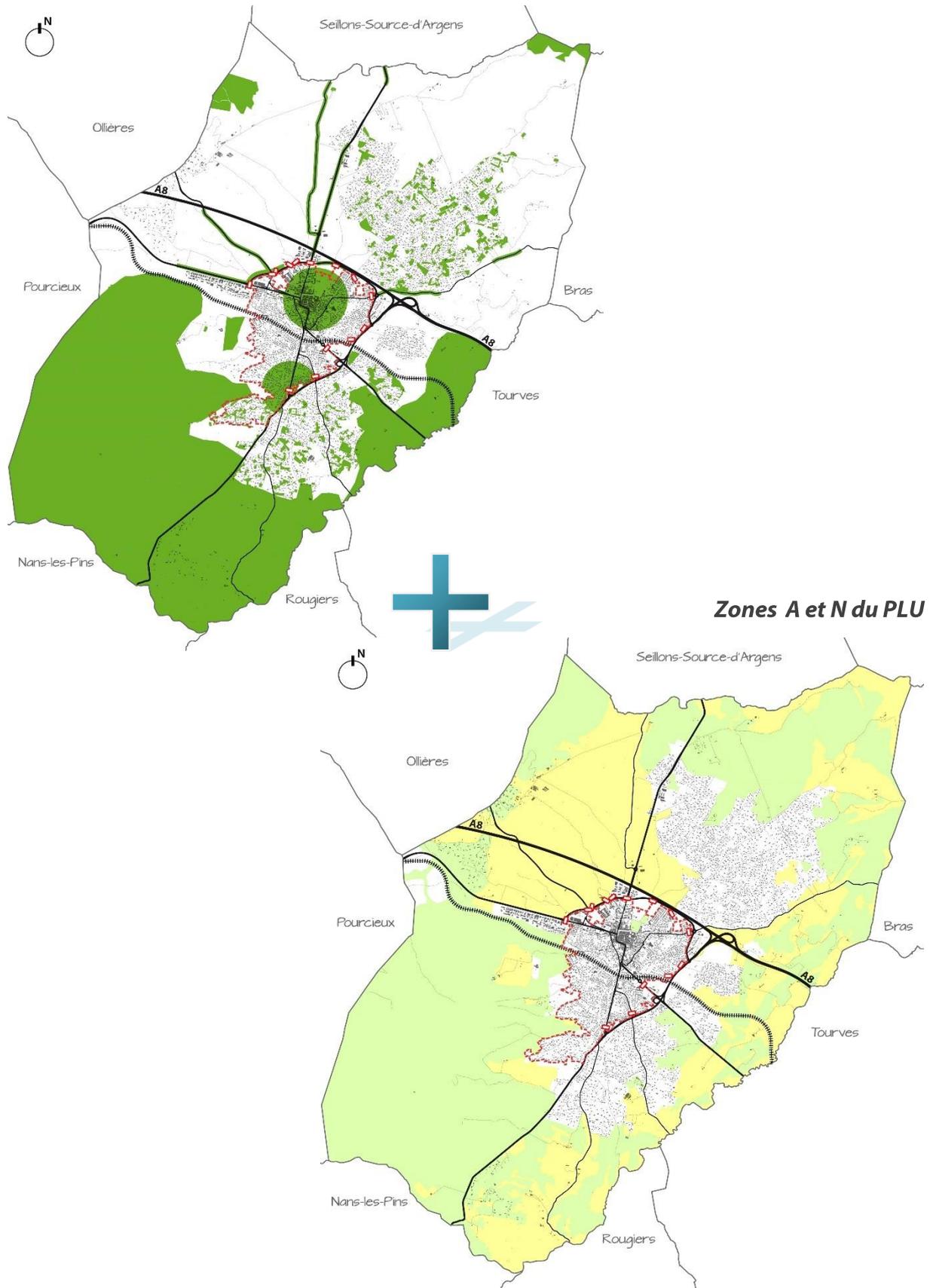
- ✖ **Les enjeux environnementaux et paysagers** (voir carte ci-dessous) : ZNIEFF, Espace naturel sensible (ENS), PNR, secteurs protégés au titre de l'article L.151-23 et 19 du code de l'urbanisme, zones N (naturelles) en agglomération du PLU, cônes de vue et panoramas remarquables.
- ✖ **Les enjeux du patrimoine urbain** (voir carte ci-dessous) : monuments historiques, périmètre de protection des abords des monuments historiques et patrimoine bâti protégé par le PLU au titre de l'article L.151-19 du code de l'urbanisme.

### Secteurs à enjeux urbains, environnementaux et paysagers



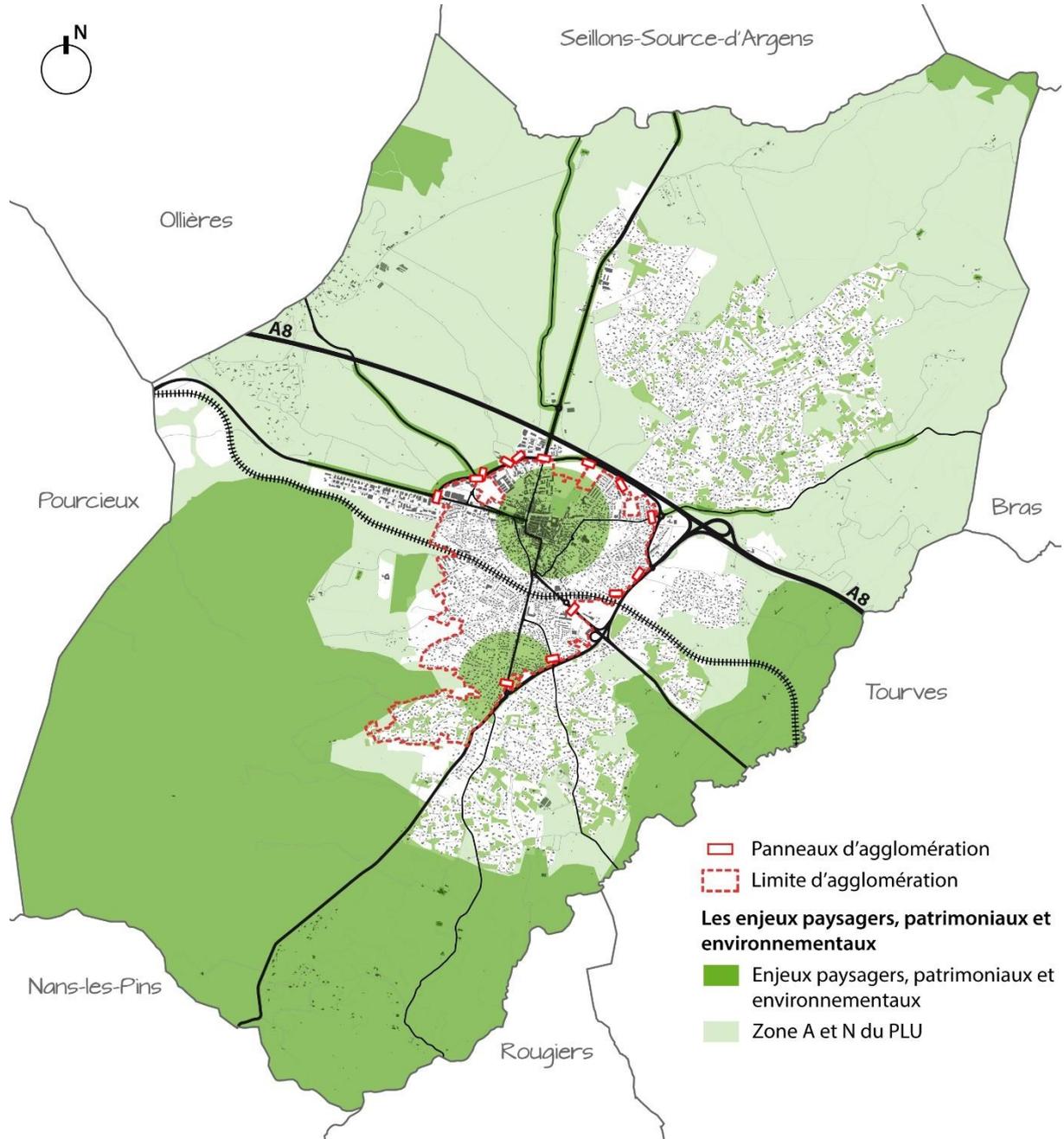
En ajoutant ce premier cumul d'enjeu aux zones agricoles et naturelles du PLU, on obtient l'enveloppe des éléments à prendre en compte dans le futur RLP :

**Cumul des enjeux patrimoniaux, paysagers et environnementaux**



Les enjeux environnementaux et paysagers occupent la majeure partie du territoire de St-Maximin-la-Sainte-Baume. La zone urbaine ne représente en effet qu'un tiers de la commune, et est elle-même concernée en grande partie par des enjeux liés au bâti patrimonial.

### **Cumul des enjeux patrimoniaux, paysagers et environnementaux, zones A et N**



**Les secteurs à enjeux paysagers, patrimoniaux et environnementaux 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.**

### 3. Le règlement local de publicité de 1998

La commune de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume dispose d'un règlement local de la publicité des enseignes et préenseignes, approuvé par délibération du Conseil Municipal du 29 avril 1998, en application de la loi 79-1150 du 29 décembre 1979.

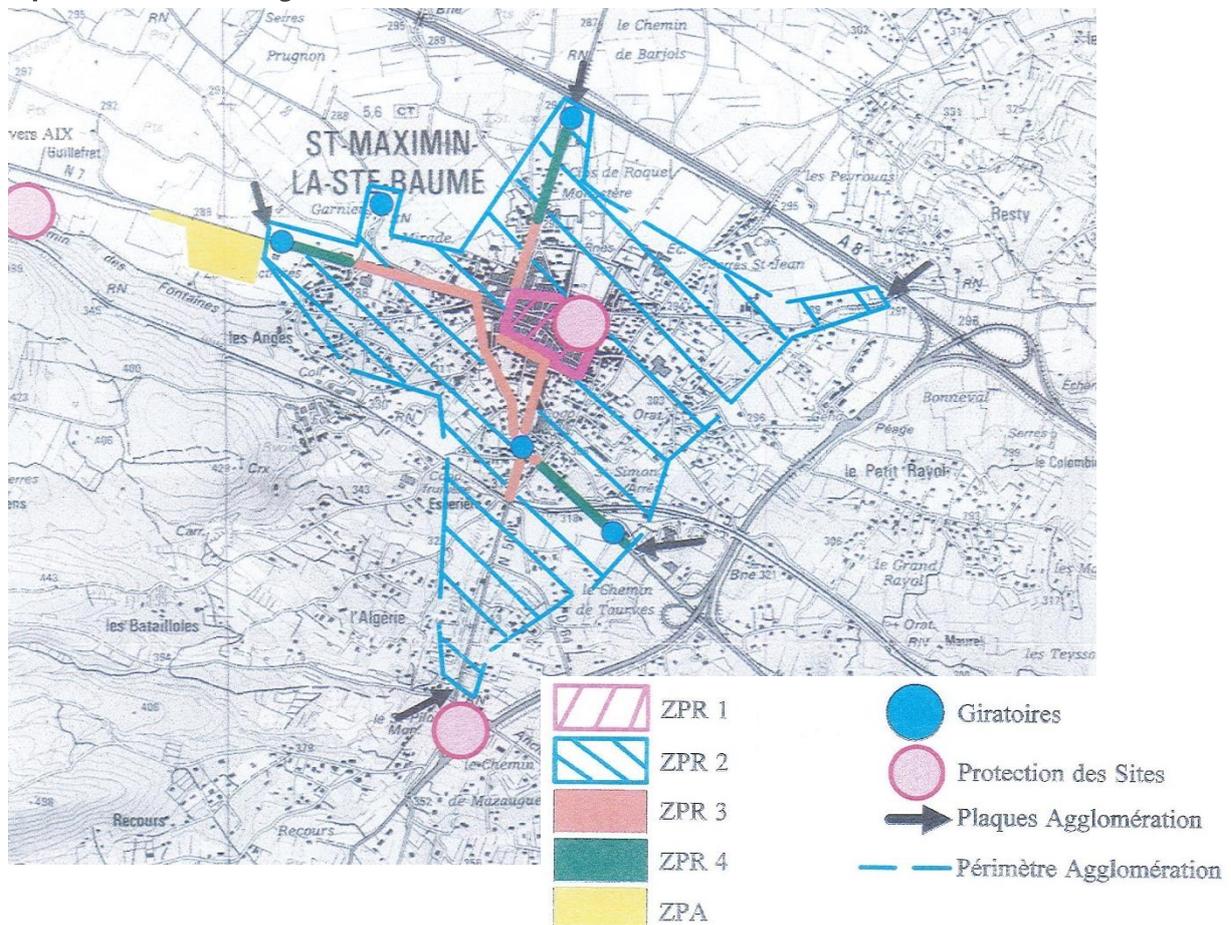
Ce règlement s'applique sur l'ensemble du territoire et en l'absence de prescriptions générales ou particulières, le règlement national de publicité s'applique.

#### 3.1. Le zonage du RLP

Le RLP en vigueur définit 4 zones de publicité restreinte (ZPR) et 1 Zone de publicité autorisée (ZPA) :

- × **ZPR1** : **Centre ancien** : place Malherbe exclue (bd Bonfils, av. de la Libération, rue des écoles, bd Rey, bd Victor Hugo (Nord de l'axe)
- × **ZPR2** : **l'agglomération** : totalité des secteurs agglomérés hors autres zones, place Malherbes comprise
- × **ZPR3** : **voies de circulation principales du centre-ville** : la RN7 côté Aix et contournant le centre ancien (av. du XVème Corps, BD Victor Hugo côté Sud jusqu'à limite de la rue de Belfort)
- × **ZPR4** : **les pénétrantes** : la RN7 côté Aix et côté Nice, la RD 560 côté Barjols
- × **ZPA** : **Secteur externe et interne de la Zone d'Artisanale d'Aix** : le long de la RN7 côté Sud et les voies internes de la zone

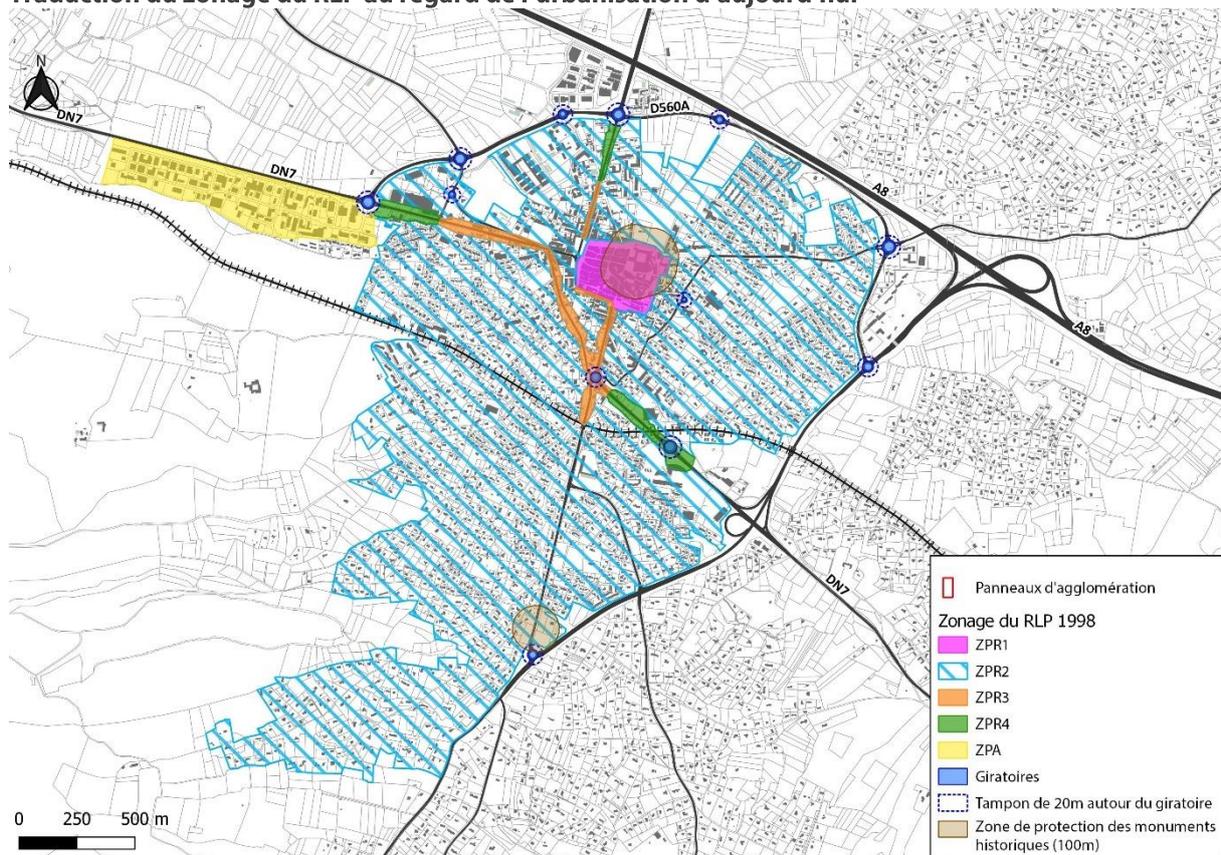
#### Le plan annexé du zonage du RLP de 1998



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. Les parties du territoire qui ne sont pas couvertes par ces zones de publicités sont également soumises aux prescriptions du code de l'environnement.

Le règlement écrit précise que la description de la délimitation des zones décrites dans le règlement écrit prévaut sur la délimitation des zones figurant au plan annexé. Cette précision permet une évolution du zonage au fur et à mesure de l'urbanisation de la commune et notamment pour la ZPR2 correspondant à la totalité de la zone agglomérée et pour la ZPA de la zone d'Artisanale d'Aix qui s'est étendue depuis l'approbation du RLP en 1998.

### Traduction du zonage du RLP au regard de l'urbanisation d'aujourd'hui



## 3.2. Le règlement du RLP

Le règlement en vigueur de Saint-Maximin s'appuie beaucoup sur le règlement national de publicité. Néanmoins quelques précisions réglementaires sont apportées par rapport au règlement national :

- ✘ Dans ses **définitions**, le règlement du RLP précise le terme dispositif scellé ou posé au sol comme uniquement un panneau simple ou double face dos à dos afin d'interdire les panneaux formant des dièdres ou trièdres.
- ✘ Des **dispositions générales** précises les règles nationales et notamment celles relatives :
  - à l'uniformité des formats et l'alignement des publicités et préenseignes sur une même parcelle ;
  - à l'interdiction des dispositifs (y compris les enseignes) sur les toitures ou les terrasses en tenant lieu ;

- à l'interdiction des publicités et préenseignes dans une bande de 20m autour de la bordure extérieure de chaussée annulaire des giratoires ;
- au format des enseignes murales qui ne peuvent dépasser, sauf prescriptions particulières par zone, 16 m<sup>2</sup> par sens de circulation ou 32m<sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation ;

✘ Des **dispositions particulières par zone** plus précises :

ZPR		PUBLICITE / PREENSEIGNE				Enseignes	
		lumineuse	scellée au sol	murale	sur mobilier urbain	murale	scellée au sol
<b>ZPR 1</b>	<b>Centre ancien</b> bd. Bonfils, av. de la Libération, rue des Ecoles, bd. Rey, bd. Victor Hugo (côté interne du périmètre)	INTERDIT	INTERDIT		Nombre max : 12 Surface : 2m <sup>2</sup> Hauteur : 3m Interdistance : 50m	<b>Règlement National du Publicité</b> dans la limite de 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	
<b>ZPR 2</b>	<b>Agglomération</b> à l'exception des autres zones, place Malherbes comprise		Nombre max : 2/parcelle dont le linéaire de façade >50m Largeur : 1,5m Hauteur : 1m Interdistance des dispositifs sur UF voisine : 50m	Nombre max : 2/parcelle Largeur : 1,5m Hauteur : 1m	Nombre max : 25 Surface : 2m <sup>2</sup> Hauteur : 3,5m Interdistance : 50m Implantation : +10m baie voisine		
<b>ZPR 3</b>	<b>Voies de circulation principale du centre-ville</b> Av. du XVème Cords, BD Victor Hugo côté Sud jusqu'à limite de la rue de Belfort		INTERDIT	Implantation : - sur mur aveugle - 1,50m de la chaussée si pas de trottoir ou d'aménagement entre mur et chaussée Nombre max : 1 (pas de cumul publicité et préenseigne) Surface : 12m <sup>2</sup>	Surface : 2m <sup>2</sup> Hauteur : 3,5m Interdistance : 50m Implantation : +10m baie voisine		
<b>ZPR 4</b>	<b>Les pénétrantes</b> la RN7 côté Aix et côté Nice, la RD 560 côté Barjols		Nombre max : 1/parcelle dont le linéaire de façade >50m (pas de cumul publicité et préenseigne) Surface : 12m <sup>2</sup>	Implantation : sur mur aveugle Nombre max : 1 (pas de cumul publicité et préenseigne) Surface : 12m <sup>2</sup>			
<b>ZPA</b>	<b>Secteur externe et interne de la Zone artisanale d'Aix</b> le long de la RN7 côté Sud et les voies internes de la zone		Surface : 12m <sup>2</sup> Interdistance des dispositifs sur un même côté de voie : 50m	Surface : 12m <sup>2</sup>			
<b>Monuments historiques</b> : à moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles classé ou inscrit		INTERDIT			uniquement pour info culturelles, économiques, sportives ou communication générale	<b>Règlement National du Publicité</b> dans la limite de 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	

Le règlement en vigueur est simple et suit globalement la réglementation nationale.

Il encadre cependant davantage la publicité et les préenseignes en :

- supprimant les dispositifs les plus impactant que sont les dispositifs lumineux et ceux implantés sur les toitures
- en adoptant la règle nationale par rapport au contexte local et aux typologies urbaines :
- la publicité et les préenseignes sont interdites en centre ancien (ZPR1) et dans les secteurs de protection autour des monuments historiques ;
- la surface des publicités et préenseignes sont réduite à 1,5m<sup>2</sup> en agglomération (ZPR2) ;
- le long des voies principales (ZPR3) : les publicités et préenseignes scellées au sol, très impactantes pour le paysage urbain, sont interdites, et limité à 1 dispositif.

Dans la zone d'activités (ZPA) et les pénétrantes (ZPR4), où il y a moins d'enjeux paysagers, le format des publicités et préenseignes est maintenu à 12m<sup>2</sup> mais encadré par une interdistance de 50 m et un linéaire minimum de parcelle de 50m.

Néanmoins il reste relativement souple en ce qui concerne les enseignes où il limite seulement la surface cumulée des enseignes par sens de circulation. Le règlement national de publicité s'applique donc en totalité pour les enseignes quelle que soit la typologie urbaine locale. Cela implique la possibilité d'implanter un nombre important d'enseignes pouvant être impactantes dans des secteurs sensibles comme le centre ancien, les secteurs pavillonnaires ou même hors agglomération. En effet, le règlement national autorise par exemple, des enseignes scellées au sol jusqu'à 12m<sup>2</sup> et permet un nombre illimité d'enseignes scellées au sol inférieures à 1 m<sup>2</sup>.

### **3.3. La conformité du RLP par rapport au Règlement National de Publicité (RNP)**

La commune de Saint-Maximin est dotée d'un règlement local de publicité, des enseignes et préenseignes depuis le 29 avril 1998 en application de la loi 79-1150 du 29 décembre 1979. Le règlement de publicité se trouve aujourd'hui dépassé par les évolutions législatives puisque depuis l'approbation du règlement local, la réglementation nationale a évolué de nombreuses fois. 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 et désormais les futurs RLP devront, en particulier, être obligatoirement plus restrictif que la réglementation nationale.

De plus, l'article L.581-14-3 du Code de l'Environnement modifié par la loi n°2020-734 du 17 juin 2020, impose que les RLP approuvés antérieurement à la loi ENE soient révisés, sous peine d'être frappés de caducité, dans un délai de 10 ans et 6 mois à compter de la date d'entrée en vigueur de cette loi (soit avant le 13 janvier 2021).

Le règlement de publicité en vigueur étant relativement souple et reposant souvent sur le Règlement National de Publicité, il est en très grande majorité conforme avec ce dernier.

On note une incompatibilité uniquement au sujet des publicités. En effet, le RLP en vigueur les interdit dans un périmètre de moins de 100m autour du monument historique protégé et seulement dans le champ de visibilité du monument, en conformité avec la loi du 29 décembre 1979. Hors, la

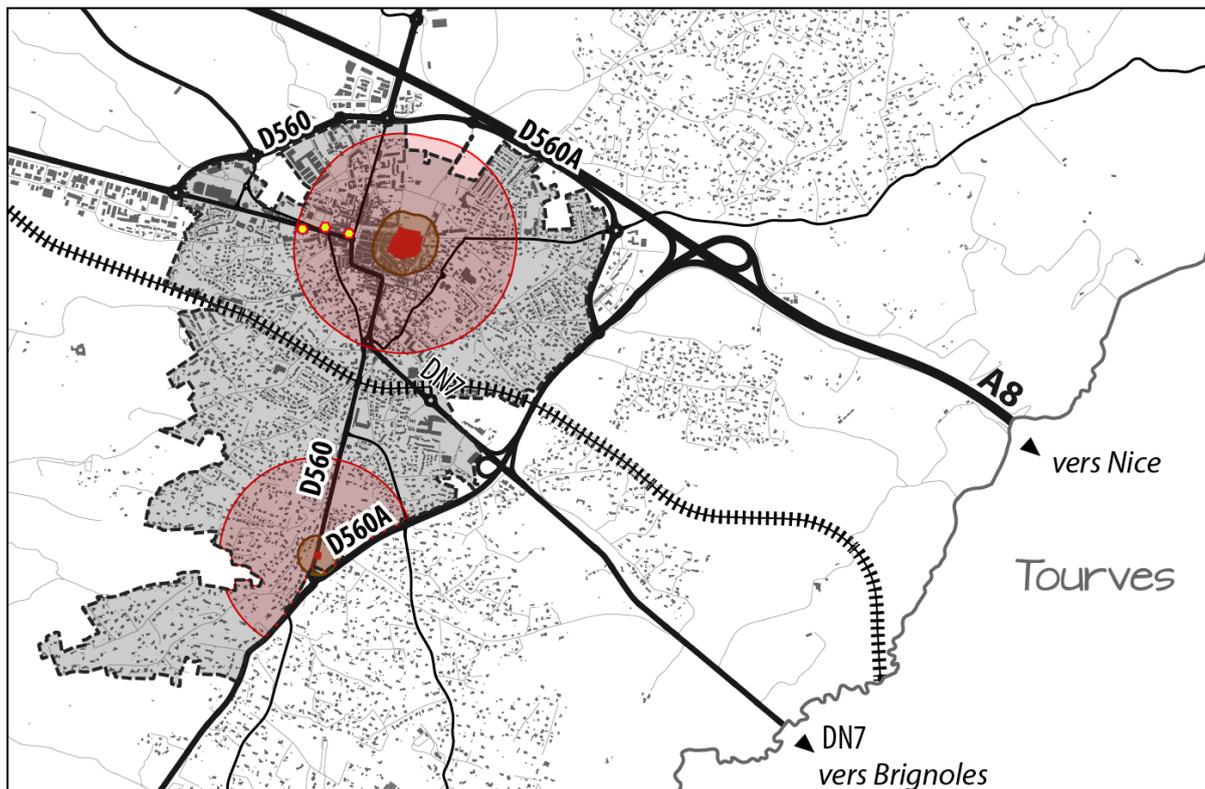
nouvelle réglementation relative à la publicité a modifié cette disposition au travers l'article L581-8 du code de l'environnement, qui stipule qu'à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à L.621-30 du code du patrimoine → soit dans un périmètre dit « délimité » adapté aux enjeux de chaque monument historique ou, à défaut de périmètre, dans le champ de visibilité d'un monument historique (visible du monument historique ou visible en même temps que lui) et à moins de 500m de celui-ci.

[...]

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 → soit les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque définis par arrêté du maire, sur demande ou avis de Conseil Municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites (CDNPS).

Ainsi, après le 13 janvier 2021, le périmètre d'interdiction de la publicité s'agrandit et passe de 100m à 500m et dans le champ de visibilité des immeubles protégés, bâti ou non. Plusieurs publicités ou préenseignes sont présentes dans le périmètre de 500m autour de la Basilique mais ne sont pas dans son champ de visibilité ; seules 2 publicités sur mobilier urbain et une publicité murale seront donc concernées par cette interdiction et ont un délai de 2 ans pour se mettre en conformité avec le RNP.



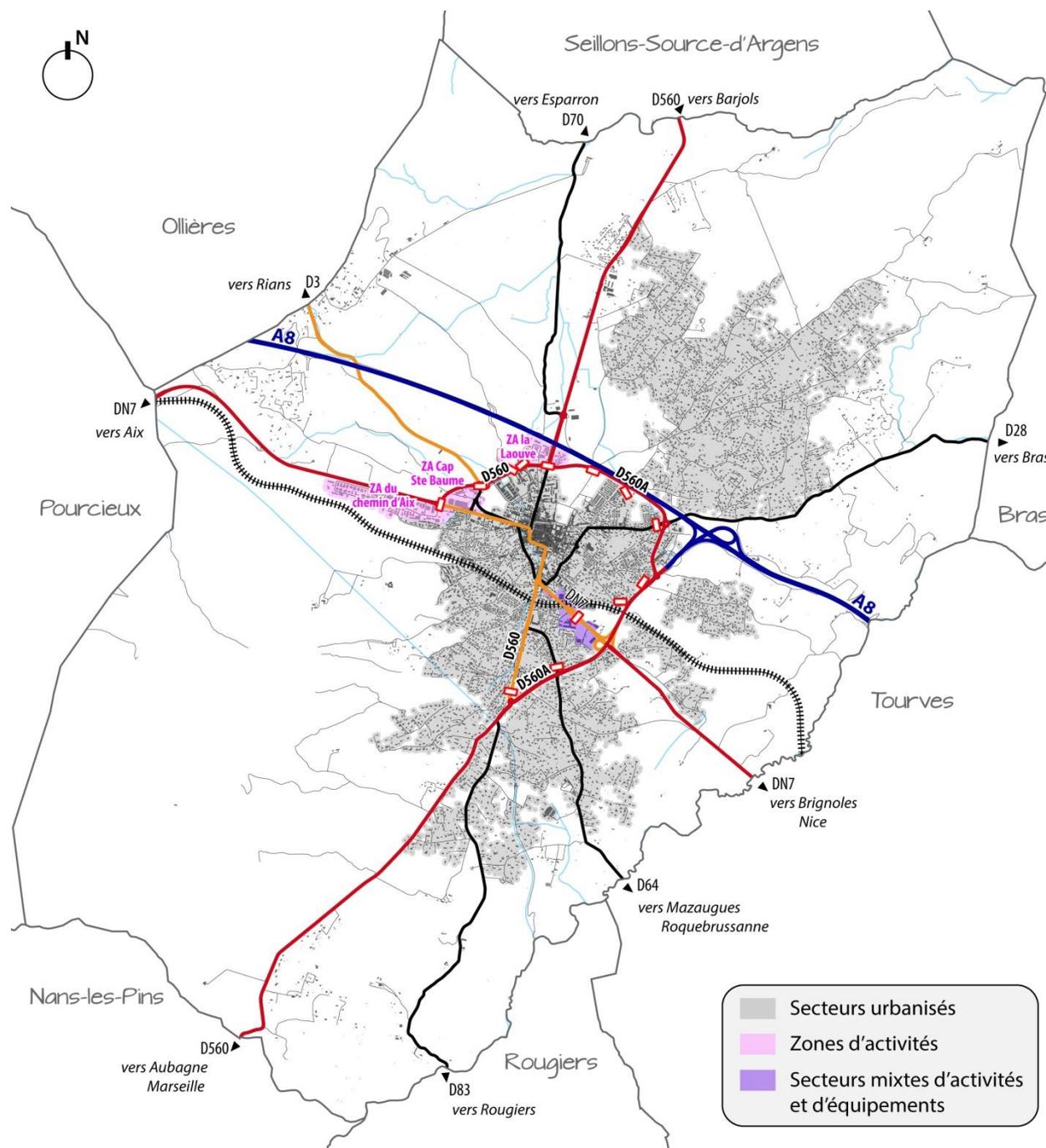
- |   |   |
|---|---|
|  Périmètre Monuments Historiques du RLP en vigueur (moins de 100m + champ de visibilité)                                 |  Périmètre d'agglomération                                     |
|  Périmètre des abords des Monuments Historiques du Règlement National de publicité (moins de 500m + champ de visibilité) |  Publicités non conforme en RNP devant se mettre en conformité |

## 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 Draguignan

La commune de Saint-Maximin bénéficie d'un très bon niveau de desserte en infrastructures routières avec notamment :

- ✘ **L'autoroute A8** qui situe la commune qui la situe à moins d'une demi-heure du bassin aixois et qui positionne la commune sur l'axe stratégique Barcelone-Gênes
- ✘ Les **axes pénétrants** principaux :
  - La **RDN7**, axe historique du développement communal traversant le territoire d'Est en Ouest et formant 2 pénétrantes importantes : celle de l'Ouest depuis Aix-en-Provence et celle de l'Ouest depuis Brignoles. Le centre-ville étant traversé par cet axe, la commune a longtemps subi des passages importants de flux de transit non captés par l'autoroute A8 ;
  - La **RD560**, traverse la commune du Nord au Sud en formant 2 autres pénétrantes importantes : au sud, la route dite route de Marseille, relie la commune au bassin aubagnais et marseillais par le col du Sambuc et au Nord la route dite de Barjols amène vers le Haut-Var et la région touristique du Verdon. La route de Marseille permet également la desserte des quartiers résidentiels Sud de Saint-Maximin ;
  - La **RD3**, dites route d'Ollières, relie la commune au Nord-Ouest du département du Var et au Val de Durance avec notamment les sites de recherche internationale de Cadarache et d'ITER ;
  - La **RD 28**, vers Bras, dessert les quartiers résidentiels du Nord-Est de la commune depuis le centre-ville de la commune ;
- ✘ Un **axe de contournement** du centre-ville, dont le dernier tronçon a été mis en service en 2012, permet d'apaiser le flux routier dans le centre-ville. La déviation constitue en grande partie la limite de l'agglomération mais est entièrement située hors agglomération. Cette reconfiguration du maillage viaire a également permis l'aménagement d'un certain nombre de liaisons douces desservant le centre urbain à partir de parking relais périphérique du centre-ville et l'aménagement d'un accès direct au site touristique de la Basilique via les Jardins de l'Enclos avec des espaces de stationnements et des cheminements piétons.

La commune est également traversée par l'axe ferroviaire Gardanne-Carnoules, axe qui n'est plus exploité actuellement et qui sert aujourd'hui à une fonction de loisirs (vélorail).

Les deux pénétrantes de la RDN7 (route de Nice et route d'Aix) sont des axes soumis à une forte pression d'affichage, ce qui s'explique notamment par la présence de zones d'activités en entrée de ville. Les autres axes hors agglomération dont la déviation, sont globalement préservés.



l'axe de contournement et la présence de l'autoroute tandis que les entrées de ville Sud de la route de Marseille et de Mazaugues sont plus résidentielles.

Le territoire de la commune s'organise ainsi aujourd'hui en 5 grandes entités urbaines :

- ✘ Le **centre ancien** correspondant au noyau médiéval alors entouré de remparts et marqué par la présence de la Basilique, élément identitaire phare et reconnu de la commune.  
Il se caractérise par une forme urbaine dense et compacte, des rues et ruelles sinueuses et étroites avec des constructions édifiées en ordre continu et à l'alignement des voies sans cœur d'îlots. Le bâti présente une forte valeur architecturale et patrimoniale et le secteur détient les éléments les plus identitaires et remarquables de la commune : la Basilique Sainte Mairie Madeleine mais également d'autres bâtiments très caractéristiques comme l'Hôtel de ville et le couvent royal. Il abrite également de nombreux commerces, à la fois touristiques et de proximité. La circulation automobile est limitée dans le centre historique créant un espace semi-piéton adapté au tourisme. Ce secteur est à protéger pour son attrait touristique et patrimonial.
- ✘ Le **centre-ville** s'organise de façon concentrique autour du centre ancien et le long des voies de communication.  
Il comprend les premières extensions du centre historique basées sur la même typologie urbaine (îlots compacts de bâti en ordre continu, de petite taille, en R+2 ou R+3, à l'alignement des voies et sur un petit parcellaire étroit) et la première couronne périphérique avec une morphologie urbaine caractéristique de faubourgs. La densité y est relativement forte mais cache des situations contrastées avec des secteurs d'habitat dense (bâti en alignement) et des secteurs à la morphologie plus aérée. Le centre-ville regroupe également la plupart des commerces de proximités et des équipements scolaires, culturels et sportifs générant d'importants déplacements. Le centre-ville est traversé par les grandes artères du territoire comme l'avenue Gabriel Péri, l'avenue Maréchal Foch ou la route de Nice soumises à la pression publicitaire et d'affichage.
- ✘ Les **quartiers pavillonnaires denses périphériques** sont situés dans l'agglomération à l'intérieure du périmètre de la déviation.  
Ils sont constitués de constructions individuelles ou groupées en R ou R+1 et ponctués par des opérations d'habitat collectif plus haut en R+2 et R+3 et des équipements publics notamment scolaires. Ce secteur mixte où se mêlent habitations, équipements et quelques activités constitue avec le centre-ville et le centre ancien, l'agglomération de la commune. Ce secteur est toutefois moins sensible que les 2 précédents en ce qui concerne les dispositifs publicitaires et d'enseignes.
- ✘ Les **quartiers pavillonnaires résidentiels diffus** sont déconnectés de l'agglomération, situés au-delà l'axe de déviation et représentent une part importante du développement urbain de la commune. Il s'agit de quartiers essentiellement résidentiels avec quelques activités très ponctuelles. Ces secteurs sont constitués d'habitat individuel diffus de faible densité, une urbanisation issue des anciennes zones NB du POS.  
Ils sont très peu soumis à la pression des afficheurs et doivent rester qualitatifs afin de préserver le cadre de vie de leurs habitants.
- ✘ Les **zones et secteurs d'activités** de Saint-Maximin sont tous positionnés sur des secteurs stratégiques en entrée de ville, à la croisée entre la déviation et une pénétrante ; à l'exception du secteur artisanal de la Régalette, isolé au Nord du territoire sur la route de Barjols. Au-delà des

nombreuses activités du centre-ville, l'activité économique se concentre principalement sur les trois zones d'activités du territoire :

- la ZA du chemin d'Aix, zone mixte en entrée Ouest de la ville, accueille des activités commerciales (52%), des activités de services (30%) et des activités industrielles (18%)
- la ZA Cap Saine Baume ou ZAC Garnier, également en entrée de ville Ouest, est à vocation strictement commerciale et s'organise autour d'un supermarché et d'un magasin de bricolage.
- la ZA de La Laouve, plus récente et située à l'articulation entre la déviation, la route de Barjols(RD560) et l'autoroute A8 ; elle abrite des activités commerciales et de service.

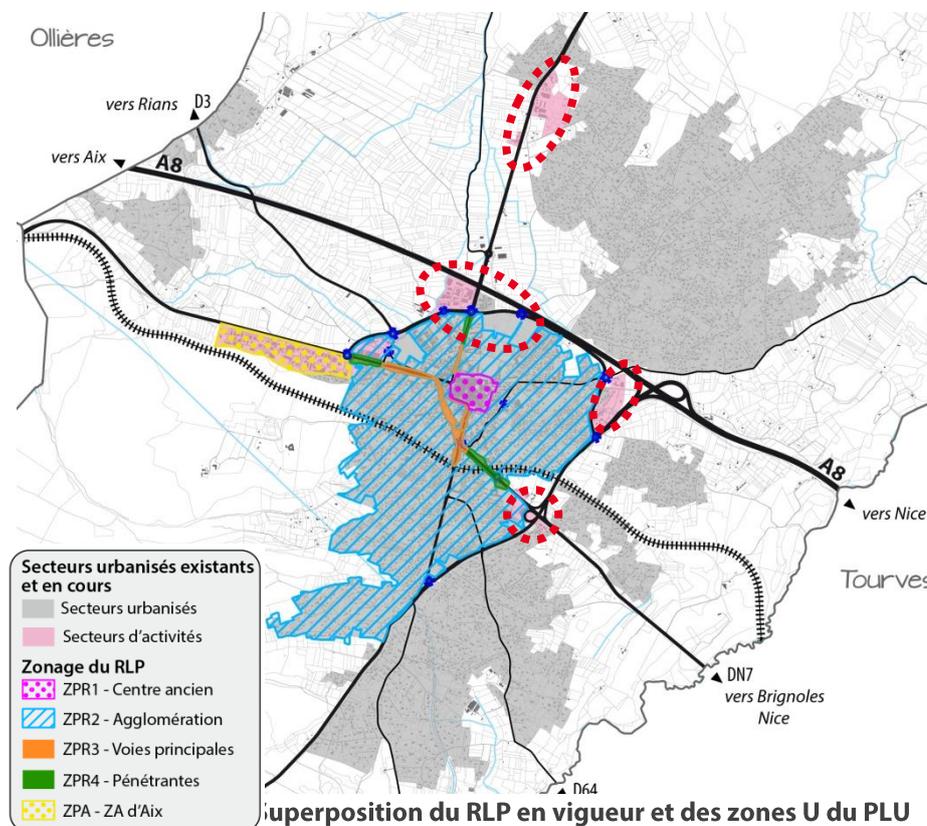
Outre ces trois principales zones d'activités, la commune compte un certain nombre d'autres secteurs d'activités, notamment en entrée de ville Est le long de la route de Nice (concession automobile, dépôt de matériau, supermarché) mais il ne s'agit pas de zones d'activités stricto sensu mais plutôt d'activités éparses.

Ces zones, majoritairement situées hors agglomération, sont relativement préservées. Seuls la ZA d'Aix entrée de ville Ouest et le secteur d'activité le long de la route de Nice en entrée Est sont réellement impactés par des dispositifs publicitaires ou des enseignes scellées au sol de grand format ; impact qui se répercute sur le cadre paysager de ces deux entrées de ville.

### 3. Le développement urbain de la commune

#### 3.1. Un zonage du Règlement Local de Publicité de 1998 dépassé

La superposition des périmètres du RLP actuel sur les zones urbaines du PLU (Zones U) permet de constater que certains secteurs urbains nouveaux ne sont pas pris en compte par le RLP malgré la souplesse du règlement du RLP en vigueur qui permet une évolution du zonage au fur et à mesure de l'urbanisation notamment pour la ZPR2 et la ZPA (cf. chapitre I.3).



L'analyse cartographique permet de constater que le RLP en vigueur répond à une situation urbanistique pensée il y a plus de 20 ans. La définition du zonage n'est plus adaptée à la situation actuelle pour plusieurs raisons :

- le RLP de 1998 n'intègre pas l'ensemble de l'urbanisation actuelle et notamment les nouveaux quartiers urbains (Mirade, Clos de Roques,...) et les secteurs résidentiels hors agglomération ;
- le zonage ZPR2 de l'agglomération combine sans différenciation le centre-ville dense commercial et touristique et les quartiers pavillonnaires périphériques résidentiels ;
- le zonage de la ZPA sur les zones d'activités prend en compte uniquement la zone d'activités d'Aix et ignore donc tous les autres zones et secteurs économiques notamment la zone de La Laouve, de Cap Ste Baume, de l'entrée de ville Est route de Nice...

Les règles du RLP devront également être adaptées aux enjeux des différents secteurs :

- adapté les formats des publicités autorisées aux secteurs, notamment dans les ZPR3 et 4 où les formats de 12m<sup>2</sup> sont possibles ;
- distinguer la réglementation relative aux enseignes en adaptant notamment le nombre et les formats aux différents secteurs.

### 3.2. Les perspectives de développement à l'échelle du SCoT de la Provence Verte

Le Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) de la Provence Verte Verdon a été approuvé récemment, le 30 janvier 2020. Le territoire du SCoT comprend la Communauté de communes Provence Verdon et la Communauté d'agglomération Provence Verte à laquelle St Maximin appartient.



**Le territoire du SCoT de la Provence Verte Verdon**

Le projet d'aménagement et de développement durable (PADD) et le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) ne prévoient pas d'orientation ou de prescriptions qui concernent directement les enseignes, préenseignes ou publicités, ni d'intégration par rapport au paysage.

Le SCoT identifie cependant les éléments paysagers à préserver et notamment les entrées de ville. 3 entrées de villes de St-Maximin sont identifiées dans le SCoT (cf. carte ci-dessous à gauche), l'entrée de ville Ouest sur la route d'Aix, l'entrée de ville Ouest sur la route de Nice et l'entrée de ville Sud de la route de Marseille.

Le SCoT définit et localise également les zones d'activités économiques (ZAE) actuelles et futures selon leur type, qui ont vocation à accueillir un développement de ZAE soit en extension soit en création. Quatre ZAE sont définies sur St-Maximin (cf. carte ci-dessous à droite), la ZAE « centrale » en projet du parc d'activité Mont Aurélien, la ZAE « relais » de la zone du chemin d'Aix, la ZAE « relais » à créer « l'Etendard » de la zone en entrée Est sur la RN7 et la ZAE « niveau communal de la ZA Distillerie le long de la route de Barjols. Les ZAE existantes ont vocation de se densifier ou requalifier tout en veillant à l'intégration paysagère, à la qualité architecturale et à la signalétique. Le DOO stipule en effet qu'une signalétique harmonieuse et efficace devra être développée. Ces ZAE n'ont pas vocation à accueillir d'activités commerciales.

#### Carte Petit et Grand Paysage du SCoT



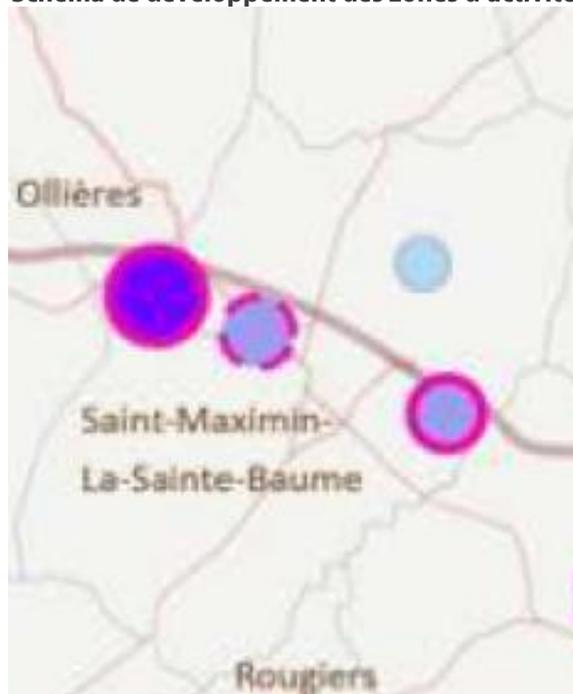
#### Intégration du paysage urbain

- Centres-villes / villages remarquables, préservation de la qualité architecturale du tissu urbain
- ⊕ Entrée de ville : amélioration qualitative des transitions entre paysages agricoles/naturels et urbains, mise en valeur paysagère et architecturale des villages et des aménagements urbains

#### Maintien et valorisation des paysages agricoles

- Valorisation des plaines agricoles
- ⊕ Préservation des coupures d'urbanisation entre les communes et transcription dans les documents d'urbanisme

#### Schéma de développement des zones d'activités



- ZAE centrale\*
- ZAE relais\*
- ZAE communale\*
- Création
- ⊕ Extension

\* en requalification/intensification

Le principe d'implantation des activités commerciales est défini dans le document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC) du SCoT. Sur le territoire de St-Maximin, les activités commerciales devront être privilégiées dans le centre-ville (centralité urbaine), dans les secteurs de flux routier (av. du chemin d'Aix et Gabriel Péri, route de Nice, déviation sud) et dans les secteurs commerciaux périphériques (ZA de la Laouve, La Mirade, Cap Ste Baume et Intermarché le long de la RDN7). Le DAAC définit également des orientations relatives permettant de renforcer la qualité de développement et de l'aménagement dont des orientations pour inciter à une meilleure intégration architecturale et paysagère des équipements commerciaux, en particulier sur l'harmonisation des enseignes commerciales.

#### Secteur de centralité urbaine



#### Site périphérique de la Laouve



#### Secteur de flux chemin d'Aix et Gabriel Péri



#### Pôles commerciaux périphériques Route de Nice



#### Secteur de flux route de Nice intersection DN7/RD560



#### Pôles commerciaux périphériques Cap Ste Baume (à gauche) et de La Mirande (à droite)



#### Secteur de flux déviation Sud



### 3.3. Les perspectives d'évolution à l'échelle communale : le Plan Local d'Urbanisme

#### A. Les objectifs de développement du PLU en vigueur

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

Le Plan Local d'Urbanisme de Saint-Maximin actuellement en vigueur a été approuvé par délibération du conseil municipal en date du 19 janvier 2016 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 Durables (PADD) du PLU définit cinq 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.

Le PADD définit 5 axes principaux :

- ▶ **Orientation 1 :** Maîtriser le développement urbain - Pour une ville solidaire ;
- ▶ **Orientation 2 :** Affirmer la centralité urbaine - Pour une ville économe ;
- ▶ **Orientation 3 :** Gérer le devenir des espaces excentrés - Pour une ville planifiée ;
- ▶ **Orientation 4 :** Poursuivre le développement économique - Pour une ville active ;
- ▶ **Orientation 5 :** Protéger le patrimoine naturel et culturel - Pour une ville ouverte.



On note en particulier les orientations et objectifs suivants du PADD du PLU devant être pris en compte dans le RLP :

- La volonté qualifier les entrées de ville et de valoriser l'effet vitrine de la nouvelle entrée de ville Nord situé dans l'axe d'un cône de vue remarquable sur la Basilique au travers d'un projet urbain mixte comprenant du logement, des équipements et des commerces. Le prochain RLP devra donc prendre particulièrement en compte la qualité paysagère des entrées de ville et éviter les impacts négatifs liés aux dispositifs publicitaires et d'enseignes.

- la volonté de conforter le dynamisme économique du centre-ville en soutenant l'offre commerciale en centre-ville tout en valorisant son particularisme. Le prochain RLP devra donc porter une attention particulière à la qualité du centre-ville dans le cadre de son développement touristique et il devra permettre aux activités d'être visibles tout en préservant la qualité paysagère et le cadre de vie, en particulier au niveau des points de vue sur la Basilique.
- La volonté de développer un secteur d'activité économique communautaire au niveau Nord-ouest du territoire ouvert notamment aux activités de loisirs et de détente.
- La volonté de poursuivre la valorisation et la protection du patrimoine architecturale et de valoriser l'image rurale et naturelle de la commune. Le RLP devra donc être particulièrement vigilant sur les dispositions relatives aux enseignes dans le centre historique et au niveau des cônes de vue sur la Basilique afin d'éviter toute dégradation du paysage urbain et naturel servant de vitrine de la commune.

## **B. Les secteurs d'extension du PADD**

Le PADD du PLU de Saint-Maximin 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 d'affirmer la centralité urbaine du centre-ville en rééquilibrant l'urbanisation au profit du centre-ville par des projets urbains mixtes pouvant recevoir des opérations d'habitat, du commerce et des équipements.

Ainsi, Saint-Maximin 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 suivant (cf. carte ci-après) :

### **✘ Extension de l'urbanisation résidentielle :**

- Secteur de l'Auvière
- Secteur de Rébubéou
- Secteur de Batailloles

### **✘ Extension des zones d'activités :**

- Secteur du parc d'activités communautaire du Mont-Aurélien

### **✘ Extension mixte :**

- Secteur de Bonneval destiné à être ouvert à l'urbanisation à moyen terme dans le cadre d'un écoquartier à vocation mixte (habitat, équipements, commerces, services)

### **✘ Extension non définie à long terme :** en entrée de ville Est entre la voie ferrée et la RDN7



## 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.

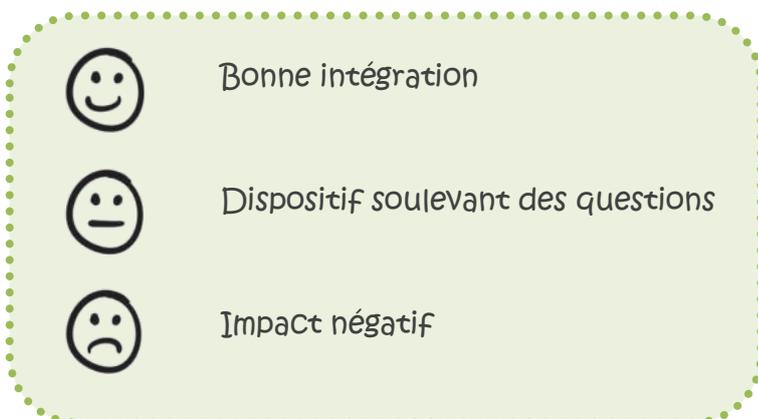
Pour réaliser le diagnostic du tissu publicitaire, des secteurs à enjeux publicitaires du territoire ont été identifiés. Les dispositifs analysés dans ce chapitre concernent exclusivement les enseignes, les préenseignes et les publicités sur le domaine privé et les publicités apposées sur le mobilier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

5 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 Centre-ville et ses extensions
3	Les pénétrantes d'entrée de ville
4	Les zones et secteurs d'activités
5	Le reste du territoire

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





## 1. Le centre ancien



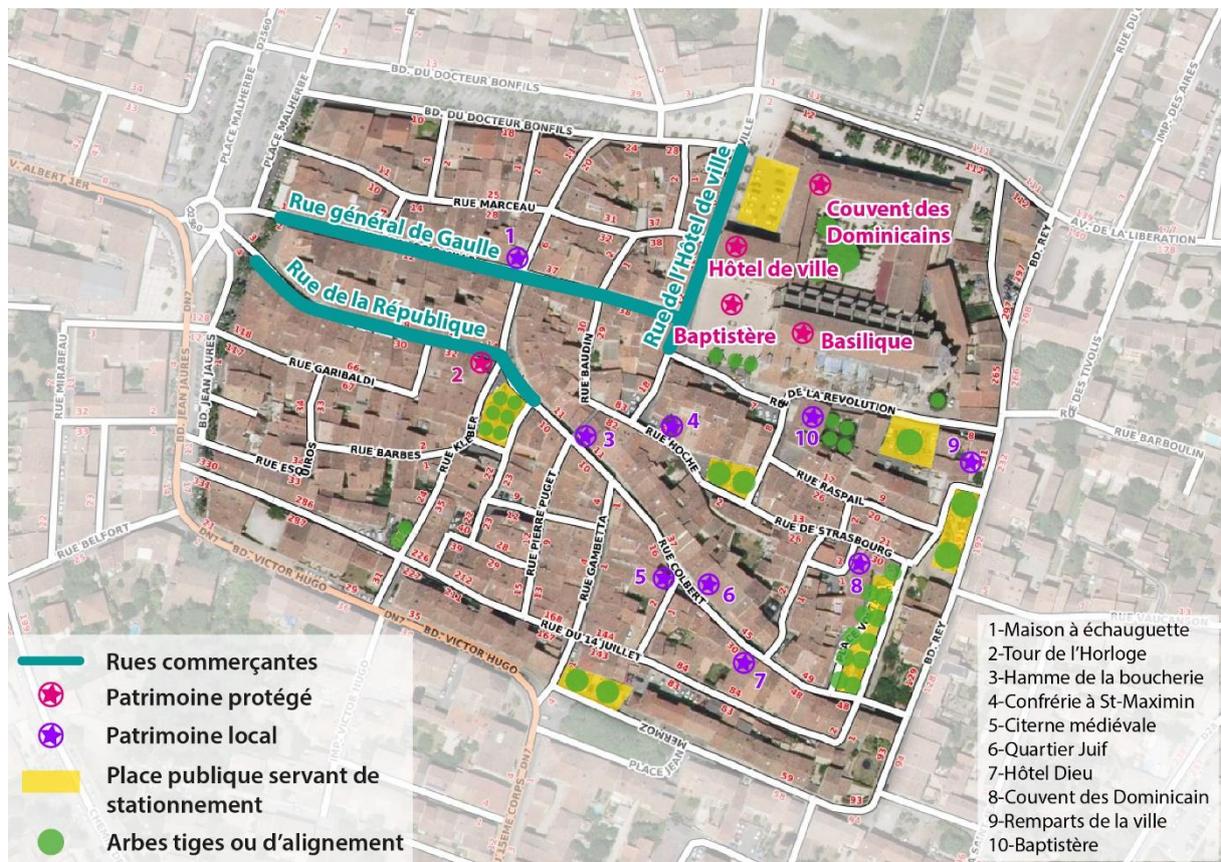
Le centre ancien de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume est le cœur de la ville, le noyau primitif médiéval autrefois entouré de remparts. Il s'inscrit dans l'enceinte historique de la ville dominée par la Basilique Sainte Marie Madeleine et contenu à l'intérieur de 3 boulevards : les boulevards Victor Hugo, Rey et Docteur Monfils.

Avec ses monuments historiques et ses commerces, le centre ancien est également le centre touristique important de la ville. Les rues principalement commerçantes sont celles connectées avec la Basilique :

- ✘ La rue Général De Gaule ;
- ✘ La rue de la République ;
- ✘ La rue de l'hôtel de ville.

Au-delà de ces rues, le reste du noyau ancien abrite essentiellement du logement ponctué de quelques petites places publiques ombragées servant le plus souvent de parking public.

### ► SITUATION



Le diagnostic du tissu publicitaire de ce secteur portera essentiellement sur les rues commerçantes du centre ancien de Saint-Maximin.

## ANALYSE PAYSAGERE

Le centre ancien de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume est constitué du noyau originel médiéval avec des vestiges gallo- romains, découverts sous l'actuel centre-ville. La commune était dotée d'une église romane, détruite lors de la phase finale de construction de la basilique.

Au XIIème siècle Saint-Maximin est érigée en ville royale et de nombreux édifices sont construits en cet honneur. À la fin du XIIIème siècle, une vaste enceinte fortifiée ceinture la ville nouvelle (remparts de Barboulin) englobant la première muraille du XIème siècle. Jusqu'au XIXème siècle, la ville était ainsi ceinturée de murailles qui surplombaient des fossés ; ces derniers faisaient partie des « régales ». Dans leur dernier état ces remparts comportaient 19 tours et 5 portes détruites au XIXème siècle : il n'en subsiste qu'une petite partie ainsi qu'une tour carrée à l'angle Nord-Est du couvent.

Le centre médiéval, contenu à l'intérieur de trois boulevards (Victor Hugo, Rey et Docteur Monfils), a su garder une très grande homogénéité. Les constructions sont en ordre continu, les parcelles sont petites et étroites, formant un tissu très dense, aux rues sinueuses. L'organisation concentrique retrace les aléas historiques avec les tracés des anciens remparts. Les déplacements se faisant à pied, les distances à parcourir d'un lieu à un autre sont courtes, et les voies étroites.

En matière de perceptions, le centre-ville apparaît particulièrement minéral, les rues sont pavées et le végétal n'apparaît pas très présent, excepté sous la forme d'alignements de Platanes sur « les Cours » et au cœur des petites placettes éparpillées au cœur du centre. Ces espaces publics constitués autour d'arbres, souvent centenaires, sont des lieux stratégiques qui révèlent l'identité des bourgs de la « Provence Verte », mais qui sont aujourd'hui le plus souvent investis par des parkings.

Le patrimoine architectural du centre ancien est riche. En effet, de par son passé et la volonté de préservation, St-Maximin détient de nombreux éléments patrimoniaux dont 4 inscrits ou classés au titre des Monuments Historiques intra-muros (cf. chap. 1.2.2.A). Au-delà ces monuments, le centre ancien abrite également de nombreux éléments historiques et de « petits patrimoines » rappelant l'héritage de la commune et marqueurs de l'identité culturelle de St-Maximin comme l'Hôtel-Dieu, la citerne médiévale (Musée Louis Rostan), le porche des anciennes halles de la Boucherie, les remparts, la tour de l'horloge, la maison à échauguette...

### La Maison de l'Echauguette et la Tour de l'Horloge



Les remparts



Les rues du Général de Gaulle, de la République et de l'Hôtel de ville abritent l'essentiel des commerces et autres activités économiques du centre ancien. A l'exception de la rue de la République, ce sont des espaces piétons en connexion directe avec la Basilique.

Au rez-de-chaussée des immeubles, les vitrines participent à l'animation de la rue et forment la délimitation de l'espace public. Les percements traditionnels ont été souvent agrandis ou créés pour accueillir les activités commerciales mais la structure de l'immeuble et la délimitation parcellaire sont toujours respectées. Les devantures traditionnelles, rapportées en applique sur la façade, sont en bois, très légèrement saillantes et intègrent les éléments de fermeture. Souvent, les devantures actuelles n'offrent pas les mêmes qualités de relation entre l'espace public et le commerce.

De nombreux établissements de la rue piétonne Général de Gaulle bénéficient de store-banne ou de parasol apportant à la rue une ambiance plus intimiste mais rompant aussi la lisibilité de l'architecture de la rue en raison du manque d'homogénéité de ces équipements.

#### Ex. de devanture traditionnelle



#### Ex. de devanture moderne



#### Les store-banne dans la rue Général de Gaulle : entre intimité et confusion

Les commerces sont à la fois destinés au tourisme (restaurant, café, produit artisanal), et à la population locale (commerces de proximité : pharmacie, boulangerie, coiffeur, presse,...).

La publicité et la préenseigne sont absentes du centre ancien ce qui permet une bonne préservation du cœur historique. Les enseignes murales et en drapeau sont les seuls dispositifs présents dans l'enceinte du centre ancien et sont dans l'ensemble bien intégrées aux devantures.

#### Enseignes murales respectant l'architecture des façades d'immeubles



On peut cependant noter parfois des impacts sur l'architecture des façades avec des enseignes mal implantées par rapport aux structures architecturales ou aux éléments décoratifs des façades :

- ✘ des enseignes dépassant le 1<sup>er</sup> niveau, que ce soit pour les enseignes en drapeau (perpendiculaire au mur) ou murales (parallèle au mur) (2-3-4) ;
- ✘ des enseignes rompant le rythme des percements en occultant une partie des ouvertures et notamment des fenêtres situées à l'étage (2) ;
- ✘ des enseignes masquant en totalité ou en grande partie la façade du rez-de-chaussée par l'utilisation de bandeau très large ou en encadrant totalement la devanture commerciale. (3) ;
- ✘ des enseignes murales dissimulant des éléments décoratifs tels que les ouvertures arrondies originelles (1).

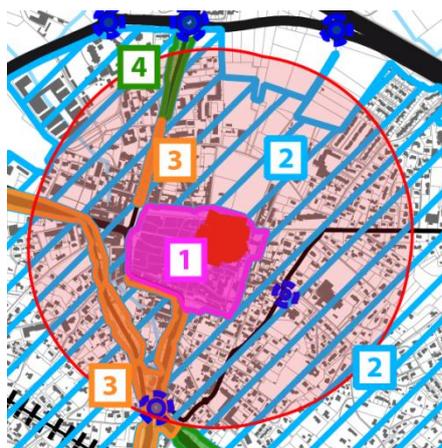


### Enseignes murales impactant le paysage du centre ancien

Les enseignes perpendiculaires (en drapeau) sont celles qui impactent le plus la perspective sur la Basilique depuis la rue Général de Gaulle. En effet, au-delà de l'aspect réglementaire de leur dimension, il apparaît clairement que ce type d'enseigne peut altérer l'homogénéité du front bâti, en particulier lorsqu'elles sont situées sur le premier étage. On rencontre cependant des enseignes en drapeau bien intégrées à la façade (Intermarché, Studio Avenue)

On note également des éléments qui viennent perturber à la fois le cheminement piéton et la qualité de l'espace public : présence de nombreuses enseignes mobiles (chevalets) dans la rue piétonne de la rue Général de Gaulle principalement. (5-4)

## ANALYSE JURIDIQUE



Le RLP de 1998 a classé le centre ancien dans une zone spécifique, la ZPR1, correspondant à l'enceinte du centre historique ainsi que les boulevards de ceinture Nord, Est et Sud. Ce zonage n'autorise que les publicités sur le mobilier urbain hors périmètre des Monuments historiques et les enseignes murales. L'ensemble du centre ancien est compris dans le périmètre des abords des monuments historiques ce qui interdira, au 30 janvier 2021, toute publicité y compris sur le mobilier urbain. Ces derniers pourront uniquement recevoir des informations culturelles, économiques, sportives ou de communications générales.

ZPR	PUBLICITE / PREENSEIGNE				Enseignes	
	lumineuse	scellée au sol	murale	sur mobilier urbain	murale	scellée au sol
<b>ZPR 1</b> <b>Centre ancien</b> bd. Bonfils, av. de la Libération, rue des Ecoles, bd. Rey, bd. Victor Hugo (côté interne du périmètre)	INTERDIT		INTERDIT	<b>Nombre max :</b> 12 <b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3m <b>Interdistance :</b> 50m	<b>Règlement National du Publicité</b> dans la limite de 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	

ZPR	PUBLICITE / PREENSEIGNE				Enseignes	
	lumineuse	scellée au sol	murale	sur mobilier urbain	murale	scellée au sol
<b>Monuments historiques :</b> à moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles classé ou inscrit	INTERDIT			Uniquement pour info culturelles, économiques, sportives ou communication générale	<b>Règlement National du Publicité</b> dans la limite de 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	

Au regard des façades relativement étroites du centre ancien et de la concentration des activités, les règles du RLP de 1998 et du Règlement National du Publicité sont parfois insuffisantes. En effet, on peut noter des problèmes d'intégration d'enseignes sur les façades bien qu'elles soient légales au regard du RLP de 1998 : positionnement des enseignes murales en dehors de la façade commerciale (2), surface importante des enseignes (1) ; ce qui peut générer un impact visuel important dans les ruelles étroites car très hétérogènes et souvent situées au 1<sup>er</sup> étage dédié au logement.



Cependant, le centre ancien est globalement peu impacté par les panneaux, seules les enseignes sont présentes. Il conviendra de réfléchir à une réglementation plus stricte de l'implantation des enseignes murales, en particulier des enseignes perpendiculaires impactant le plus les ruelles étroites, et de la surface et/ou du ratio à imposer afin que l'accumulation des enseignes n'aboutisse pas à une surcharge et une pollution visuelle importante de l'espace public.

Le centre ancien dont ses espaces publics et les perspectives sur la Basilique méritent d'être valorisés à travers un traitement qualitatif de ses enseignes. Les règles du RLP devront donc être adaptées pour mieux prendre en compte le paysage urbain tout en prenant en compte les besoins de visibilité des commerçants.

## PRINCIPALES INFRACTIONS

Le règlement étant relativement souple sur ce secteur, peu d'infractions sont recensées. On note cependant les infractions suivantes :

- ✘ Présence de préenseignes interdites par le RLP en vigueur (1) ;
- ✘ Des chevalets faisant office de préenseignes interdites par le RLP en vigueur. En effet, les dispositifs situés sur le domaine public sans autorisation d'occupation temporaire du domaine public sont considérés comme des publicités ou des préenseignes et, à ce titre, sont interdits dans le centre ancien (2) ;
- ✘ Des enseignes de dimension excessive dépassant le ratio autorisé par le code de l'environnement (*article R581-63*) qui est de 25% de la surface de la façade commerciale de l'établissement si elle est inférieure à 50m<sup>2</sup> ou sinon de 15% de la surface commerciale de l'établissement (3-4) ;
- ✘ Des enseignes murales parallèles constituant une saillie par rapport au mur de plus de 25cm, ce qui est interdit par l'article R581-60 du code de l'environnement (4-5-6).



## LES ATOUTS A VALORISER

Les enseignes en lettres découpées (1-2-3-5-8), les devantures traditionnelles (4-7), les matériaux nobles comme le fer forgé (1-3-5-8), les enseignes en drapeau sous forme de potence (1-2), sont des dispositifs qui mettent en valeur l'architecture des façades et qui devront, à ce titre, être privilégiés. Certains établissements ont également veillé à respecter les éléments décoratifs des façades et notamment les ouvertures anciennes sous forme d'arcade (5-9).



## ENJEUX

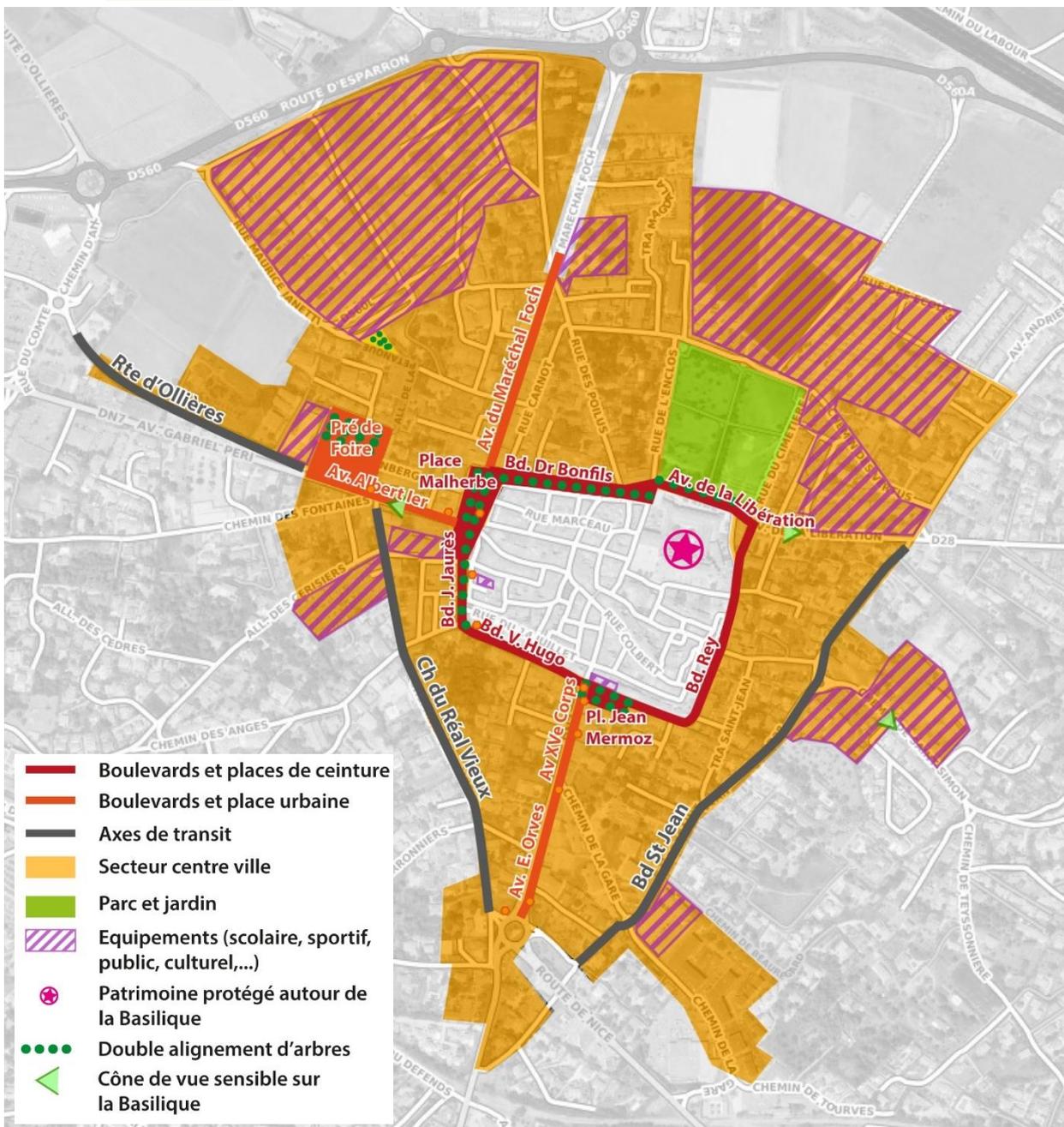
Préserver la continuité des formes urbaines, le patrimoine architectural du centre ancien et les champs de visibilité sur ce patrimoine dont celui sur la Basilique Sainte Marie Madeleine tout en répondant au besoin de visibilité des commerçants.

## 2. Le centre-ville et ses extensions



Dès le 19<sup>e</sup> siècle, la pression démographique exercée sur le bourg conduit la population à s'installer en dehors des remparts. Les premières extensions, les faubourgs de la cité, suivent le même modèle de développement concentrique autour du noyau médiéval et le long des voies de communication. Les constructions s'organisent en limite de voies, formant ainsi un véritable front bâti donnant du corps à la rue. Les voies sont plus larges que dans le tissu médiéval et leur tracé est rectiligne.

### ► SITUATION



Le centre-ville de Saint-Maximin est donc aujourd'hui délimité par les boulevards de ceinture du centre ancien : les bd. Jean Jaurès, Dr. Bonfils, Victor Hugo, Rey et l'av. de la Libération. Trois boulevards urbains principaux, le long desquels se sont organisées les premières extensions du 19<sup>e</sup> siècle, amènent au cœur de ville : l'avenue Albert ler, l'avenue du Maréchal Foch et les avenues du XV<sup>e</sup> Corps et Etienne Orves. Ce sont principalement sur ces axes que se concentrent les principaux commerces du centre-ville en dehors du centre ancien.

En limite extérieure du centre-ville, on trouve des secteurs résidentiels et d'équipements plus récents (années 70-80), principalement scolaires et sportifs. De plus, certains axes autrefois « résidentiels » sont aujourd'hui, avec le développement urbain de Saint-Maximin, devenus des axes « de transit » permettant de rejoindre les différents quartiers du Sud de la ville sans passer par le centre-ville et les boulevards de ceinture plus fréquentés ni par la déviation plus éloignée. Le chemin de Réal Vieux, le Bd Saint-Jean et la Route d'Ollières sont donc devenus des axes très fréquentés par les automobilistes et à ce titre sont à enjeu pour l'affichage publicitaire.

Ainsi, ces sur les boulevards de ceinture, les boulevards urbains et les axes de transit que les enjeux publicitaires (dont d'enseignes) sont les plus importants. L'étude portera donc principalement sur ces axes.

## ANALYSE PAYSAGERE

### LES BOULEVARDS ET PLACES DE CEINTURE

**Les deux tiers Ouest** des boulevards de ceinture du centre ancien, constitués par les boulevards Victor Hugo, Jean Jaurès, docteur Bonfils et l'avenue de la Libération (*cf. carte état des lieux ci-après*), au-delà de leur fonction économique, fonctionnent comme de véritables boulevards périphériques permettant à la fois d'accéder au centre ancien mais également aux sorties de la ville vers les quartiers pavillonnaires diffus du Nord et Sud de Saint-Maximin. Cette fonction de desserte viaire de ces boulevards est aujourd'hui moins importante grâce à la réalisation de la déviation (RD560). Le centre-ville est alors plus apaisé et tourné vers le tourisme, notamment depuis les récents aménagements de la Place Malherbe.

Cette partie du boulevard de ceinture, à l'exception du bd. Victor Hugo, bénéficie d'une largeur importante entre les deux fronts bâtis. Cette largeur permet aux boulevards de recevoir un double alignement de Platanes apportant une ambiance de véritable « Cours » tout en procurant une ombre très utile pour une ville Provençale telle que Saint-Maximin.

#### Double alignement de platanes créant une ambiance de « Cours ombragé »...



**Boulevard du Dr. Bonfils**



**Boulevard Jean Jaurès**

Au niveau de la **place Malherbe**, là où la largeur est plus importante, un aménagement urbain récent a permis de mettre en valeur les fronts bâtis tous en réduisant l'impact de la voiture au profit de l'espace au piéton grâce au partage de l'espace dans une zone de rencontre. Le piéton est ainsi mis au centre de la place avec de larges terrasses disponibles pour les établissements de restaurations bordant la place, de larges trottoirs et des assises positionnées ponctuellement. Des espaces de stationnement sont présents sur cette place ainsi que le long des boulevards Jean Jaurès et du Dr. Bonfils. Cette place est un lieu important : elle est devenue le centre de vie de St-Maximin, à la porte du centre ancien et ouvrant sur la Basilique par une perspective via la rue du Général de Gaulle.



L'essentielle des activités économiques sont situées sur ce front Est du boulevard, le long de l'avenue Jean Jaurès et de la place Malherbes, bénéficiant de l'attractivité du vaste cours ombragé. Les enseignes sont globalement bien intégrées sur ce secteur, respectant le paysage urbain. Néanmoins, quelques enseignes impactent la lisibilité des façades d'immeuble, comme par exemple, celles implantées au-dessus du 1<sup>er</sup> niveau (1-2-4-7) ou sur des balcons (3) ainsi que des surfaces d'enseignes

un peu grandes par rapport à la façade commerciale (2-5), des hauteurs de bandeau d'enseigne importantes (6) ou encore des enseignes non supprimées malgré la cessation d'activité (2).

Quelques enseignes impactant l'architecture des façades ☹️



**Le tiers Est** du boulevard de ceinture formé par le boulevard Rey constitue l'arrière du centre ancien et de la Basilique. L'axe est plus étroit ne laissant que très peu de place à l'espace piéton. Il ne possède pas d'alignement d'arbres comme sur le reste du boulevard, seuls 4 platanes sont présents sur la place Barboulin et quelques marronniers ombragent la Place Jean Mermoz. Le boulevard est essentiellement résidentiel et ne présente pas d'attrait particulier. Seule l'enseigne de l'hôtel du Couvent Royale, positionnée au-dessus du mur, pose un problème d'intégration.



**Le boulevard Rey** essentiellement résidentiel

**Av. de la Libération, arrière de la Basilique et du Couvent**



Les boulevards de ceinture sont préservés de tout **dispositif publicitaire** hormis quelques mobiliers urbains. 4 mâts porte-affiche sont ainsi répartis sur le tour de ville avec un format réduit. Deux d'entre eux situés place Jean Mermoz sont positionnés côte à côte et sont également en covisibilité avec un mat de l'avenue XV<sup>e</sup> Corps.



### LES BOULEVARDS ET PLACES URBAINS

Les avenues Albert 1<sup>er</sup>, du Maréchal Foch et XV<sup>e</sup> Corps sont les pénétrantes du centre ancien. Elles constituent avec la rue Mirabeau les axes de développement de la première extension urbaine au-delà des remparts. Ces axes sont aujourd'hui les principaux axes économiques du centre-ville et sont à ce titre très fréquentés.

**L'avenue Albert 1<sup>er</sup>**, reliant les 2 grandes places publiques de St Maximin, le Pré de Foire à la place Malherbe, est l'axe le plus commerçant. Les activités économiques s'inscrivent ainsi au rez-de-chaussée des immeubles tandis que les étages sont destinés au logement. Cette avenue vient dans le prolongement de la porte d'entrée du centre ancien et de la rue Général de Gaulle et entre donc en covisibilité avec la Basilique classée. L'avenue Cette perspective sur le monument historique et la dimension économique de l'axe, lui confère une sensibilité importante par rapport aux dispositifs d'affichage extérieurs.

#### L'av. Albert 1<sup>er</sup> – perspective sur la Basilique



La partie Ouest de l'avenue est également à un croisement automobile important : au carrefour entre la pénétrante l'av. Gabriel Péri, les axes de transit de la route d'Ollières et du chemin de Réal Vieux, et le Pré de Foire avec son parking et son boulo-drome. Ce croisement induit un flux automobile conséquent augmentant la sensibilité de l'axe au regard des dispositifs d'affichage extérieurs.

Aujourd'hui, l'avenue Albert 1er et sa perspective sur la Basilique ne sont pas impactées par les nombreux dispositifs d'enseigne. Ces derniers sont globalement bien intégrés aux façades des immeubles, l'enseigne peinte sur le mur de l'hôtel de France (1) est même particulièrement remarquable car valorise un mur aveugle tout en participant au paysage urbain sans le polluer. Il est dommage que les enseignes du restaurant « Côté Jardin » rompent un peu le charme de l'immeuble par un trop grand nombre d'enseignes au format distinct (3) : l'enseigne scellée au sol et les chevalets surchargent la façade alors qu'ils ne semblent pas nécessaires. Il est à noter également d'éviter les enseignes encadrant totalement la façade et l'utilisation de couleurs criarde qui peuvent impacter le paysage urbain (2).

### Les dispositifs d'affichage ayant un impact sur le paysage urbain



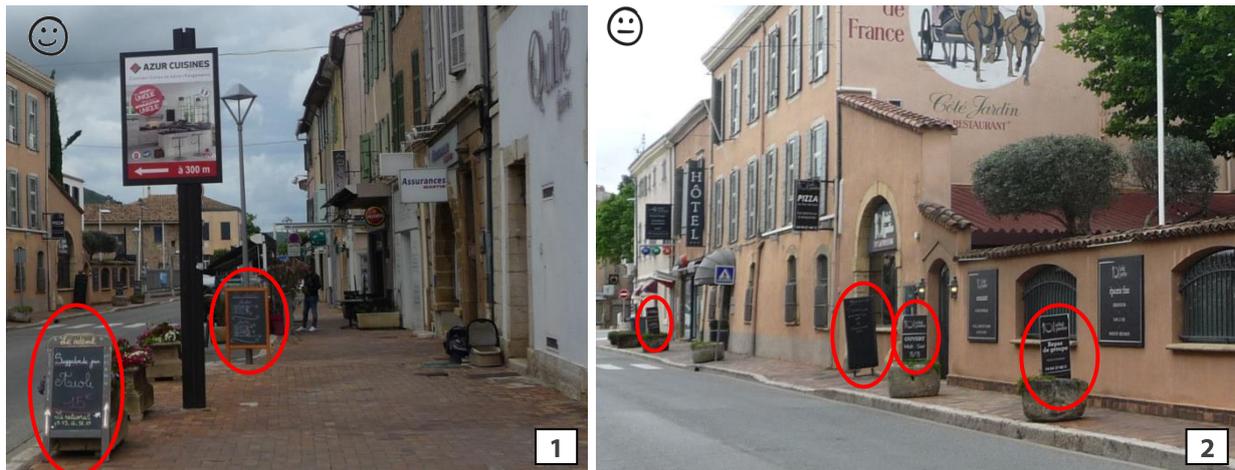
Le Pré de Foire est touché par des publicités sous forme de banderole au niveau du boulo-drome (4) polluant le maille de Platanes, la Place publique et l'entrée de ville Ouest de Saint-Maximin. Le format « Banderole » (4-5), bien que pratique pour les dispositifs temporaires, ne représente pas un affichage qualitatif en termes d'intégration dans le paysage urbain, que cela soit suspendu au-dessus d'une route, de l'espace public ou apposées sur une clôture non aveugle (grille ou grillage).

L'avenue Albert 1<sup>er</sup> accueille également 2 mobiliers urbains à chaque extrémité de l'axe (6-7). Les mats porte affiche sont à une distance conséquente évitant la covisibilité entre eux. Néanmoins, ces

derniers se trouvent en covisibilité avec la Basilique dans l'axe de l'avenue du Général de Gaulle même si l'incidence est faible sur le paysage urbain car la Basilique est relativement loin et peu visible.

L'avenue commerçante Albert 1<sup>er</sup> est également confrontée à la problématique des chevalets. Le trottoir Nord (1) étant assez large et les chevalets positionnés sur l'extérieur côté route servant de protection entre la chaussée et les piétons, ils n'ont pas trop d'incidences sur la rue et sur le déplacement des piétons. Par contre, les chevalets côté Sud de la voie (2) gênent davantage la circulation piétonne en raison de l'étroitesse du trottoir et de leur positionnement côté immeuble mettant le piéton dans une position moins sécuritaire par rapport à la circulation automobile.

### Les chevalets sur l'av. Albert 1<sup>er</sup>



L'**avenue Foch** et l'axe Sud de la RDN7 constitué **des avenues du XV<sup>e</sup> Corps et d'Etienne d'Orves**, sont les pénétrantes Nord et Sud de centre-ville. Elles sont moins commerçantes que l'avenue Albert 1<sup>er</sup> mais sont tout aussi fréquentées par les automobilistes car elles permettent l'accès aux quartiers périphériques de la ville. En continuité avec le centre ancien, ils constituent dans leur première partie des axes de première extension urbaine en prolongeant l'ambiance villageoise de la ceinture du centre ancien. Dans leur seconde partie, l'urbanisation est plus lâche, on change d'époque et de type d'urbanisation : on retrouve des maisons individuelles et de l'habitat collectif plus récent pouvant accueillir des espaces dédiés aux activités en rez-de-chaussée.

Au niveau des enseignes, on retrouve globalement les mêmes problématiques que sur l'avenue Albert 1<sup>er</sup> et les boulevards de ceinture : quelques enseignes en drapeau sur le 1<sup>er</sup> étage impactant les façades (1,2,3), quelques enseignes aux couleurs criardes (2) ou encadrant totalement la vitrine(3), des enseignes en bandeau parfois un peu large par rapport à la façade commerciale (1).



Quelques établissements (4) ont néanmoins adopté des enseignes qualitatives (fer forgé en lettres découpées)

De plus, on note sur ces deux axes la présence de publicités et de préenseignes. L'avenue Foch reçoit ainsi 2 publicités murales implantées sur des murs aveugles : la publicité du groupe PAP d'environ 4m<sup>2</sup> s'intègre plutôt bien à la façade grâce à son format restreint, tandis que la publicité du groupe SIRIUSREALISATION, au format de 6m<sup>2</sup> environ est plus impactant malgré l'utilisation d'un coloris proche de celui de la façade.

#### Les publicités murales sur l'av. du Maréchal Foch



L'avenue Etienne d'Orves accueille également une publicité murale de petit format sur un mur aveugle n'ayant pas de grande incidence sur le paysage urbain. Sur cet axe, ce sont les préenseignes implantées sur les murs aveugles de clôture qui impactent davantage l'avenue car ils dissimulent la quasi-totalité des murs de clôture et sont en covisibilité entre eux car sont très rapprochés.

#### Les préenseignes de l'av. Etienne d'Orves



#### Le mobilier urbain sur l'avenue du XVe Corps

Cet axe comprend également 4 publicités sur mat porte-affiche. Au même titre que pour le mobilier des boulevards de ceinture, il conviendra de veiller à respecter une interdistance suffisante entre les dispositifs afin d'éviter la densité et le phénomène de covisibilité impactant le paysage urbain.



**AXES DE TRANSIT**

Le chemin de Réal Vieux, le boulevard Saint-Jean et la route d'Ollières sont des axes très fréquentés par les automobilistes car ils permettent, pour les habitants des quartiers Sud de la ville, d'éviter les feux et la circulation plus complexe des boulevards de ceinture mais aussi d'échapper à la déviation plus éloignée. Ce sont des axes principalement résidentiels et assez vert car bordés par les jardins des maisons de ville. On retrouve une typologie urbaine mixte avec des maisons de ville, des pavillons individuels, des équipements collectifs, des immeubles collectifs récents et quelques activités ponctuelles.

Leur vocation nouvelle d'axe de transit induit un potentiel important en termes de visibilité, propice à l'installation de publicité et de préenseignes. Une publicité murale de petit format (4m<sup>2</sup> environ) est d'ailleurs présente sur le chemin de Réal Vieux ainsi qu'une préenseigne murale sur un mur de clôture aveugle au giratoire entre le boulevard St-Jean et le chemin de la Gare. Etant peu nombreuses et de petit format, il n'y a que peu d'impact mais depuis la caducité du RLP de 1998, de nouvelles publicités apparaissent, notamment au niveau du giratoire, ce qui impacte l'entrée de l'axe (6).

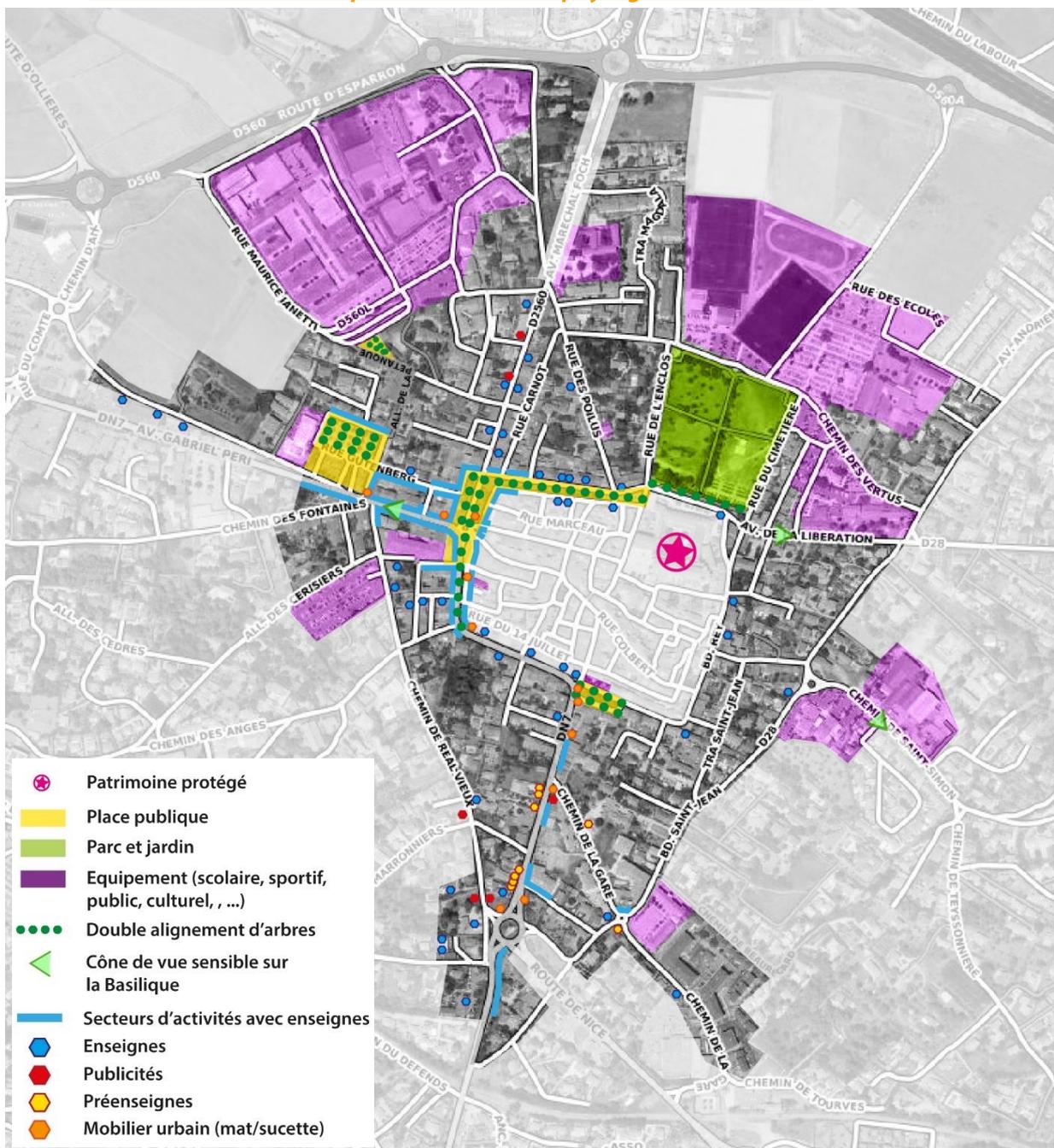
**Publicité murale ch. du Réal Vieux****Préenseigne boulevard St-Jean**

En ce qui concerne les enseignes, elles sont globalement bien intégrées, on retrouve les mêmes problématiques que précédemment avec des enseignes parfois trop nombreuses (1-2-3) et trop larges (2-4) par rapport à la façade commerciale.

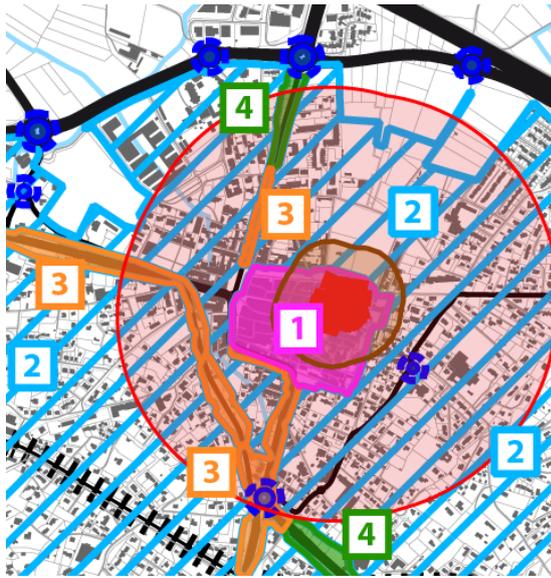




► **ETAT DES LIEUX** du tissu publicitaire dans le paysage du centre-ville



## ANALYSE JURIDIQUE



 Périmètre Monuments Historiques du RLP en vigueur (moins de 100m + covisibilité)

 Périmètre des abords des Monuments Historiques du Règlement National de publicité (moins de 500m)

Le RLP de 1998 réglemente le centre-ville de Saint-Maximin au travers de 3 zonages différents :

- ✘ les boulevards de ceinture Nord (Dr. Bonfils & Libération), Est (Rey) et Sud (Victor Hugo côté Nord) sont intégrés dans le zonage du centre ancien (ZPR1);
- ✘ le boulevard de ceinture Ouest (Jean Jaurès et la place Malherbe) ainsi que les axes de transit bd St-Jean et route d'Ollières sont classés en ZPR2 avec le reste de l'agglomération
- ✘ les 3 boulevards urbains ainsi que le boulevard de ceinture Sud (Victor Hugo côté Sud) et l'axe de transit du chemin Réal Vieux ont un règlement spécifique aux voies de circulation principales.

ZPR		PUBLICITE / PREENSEIGNE				Enseignes	
		lumineuse	scellée au sol	murale	sur mobilier urbain	murale	scellée au sol
ZPR 1	<b>Centre ancien</b> bd. Bonfils, av. de la Libération, rue des Ecoles, bd. Rey, bd. Victor Hugo (côté interne du périmètre)	INTERDIT	INTERDIT		<b>Nombre max :</b> 12 <b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3m <b>Interdistance :</b> 50m	<b>Règlement National du Publicité</b> dans la limite de 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	
ZPR 2	<b>Agglomération</b> à l'exception des autres zones, place Malherbes comprise		<b>Nombre max :</b> 2/parcelle dont le linéaire de façade > 50m <b>Largeur :</b> 1,5m <b>Hauteur :</b> 1m <b>Interdistance des dispositifs sur UF voisine :</b> 50m	<b>Nombre max :</b> 2/parcelle <b>Largeur :</b> 1,5m <b>Hauteur :</b> 1m	<b>Nombre max :</b> 25 <b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3,5m <b>Interdistance :</b> 50m		
ZPR 3	<b>Voies de circulation principale du centre-ville</b> Av. du XV <sup>ème</sup> Corps, BD Victor Hugo côté Sud jusqu'à limite de la rue de Belfort		INTERDIT	<b>Implantation :</b> - sur <b>mur aveugle</b> - 1,50m de la chaussée si pas de trottoir ou d'aménagement entre mur et chaussée <b>Nombre max :</b> 1 (pas de cumul publicité et préenseigne) <b>Surface :</b> 12m <sup>2</sup>	<b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3,5m <b>Interdistance :</b> 50m		

Cependant, ce sont uniquement les règles relatives à la publicité et aux préenseignes qui distinguent ces 3 zones, avec différents dispositifs utilisés selon la sensibilité de la zone. Les dispositions réglementaires concernant les enseignes sont, quant à elles, identiques quelque soit la zone et se conforment globalement au règlement national de publicité. Même si globalement les enseignes sont bien intégrées dans le paysage urbain et qu'elles sont conformes aux dispositions très souples du RLP en vigueur, certaines problématiques récurrentes ont des incidences sur le cadre de vie du centre-ville de Saint-Maximin :

- ✘ positionnement des enseignes murales au niveau du 1<sup>er</sup> étage non commercial impactant l'organisation architecturale des façades d'immeubles, en particulier dans le secteur des premières extensions du XIX<sup>e</sup> siècle (3-4),
- ✘ surface, nombre ou hauteur des enseignes important et surtout non adapté à la façade (1-2-3-4),
- ✘ l'utilisation de couleurs criardes (3-4),
- ✘ l'utilisation des chevalets pouvant gêner la circulation piétonne.



Avec les nouveaux objectifs de planification de la ville (rééquilibrer l'urbanisation en dynamisant le centre-ville) et les évolutions récentes de l'urbanisation (aménagement de la place Malherbe, les nouveaux équipements au Nord avec une nouvelle entrée de ville), les enjeux en termes d'affichage publicitaire ont également évolué et ne correspondent plus au zonage du RLP en vigueur. De plus, une majeure partie du centre-ville est compris dans le périmètre des abords des monuments historiques (500m autour des monuments historiques) ce qui interdira, au 30 janvier 2021, toute publicité y compris sur le mobilier urbain.

En ce qui concerne les réglementations relatives aux publicités et préenseignes, celles-ci sont assez souples en autorisant par exemple les dispositifs scellés au sol dans le tissu résidentiel alors que ce sont les plus impactant ou encore en autorisant jusqu'à 12 m<sup>2</sup> de publicité murale sur les voies principales (ZPR3) alors que l'on est dans des secteurs urbains possédant les caractéristiques architecturales, esthétiques et pittoresques de St-Maximin. Ces règles ne semblent pas adaptées au contexte urbain, ce qui est d'ailleurs confirmé par l'utilisation qui est faite des publicités aujourd'hui dans la ville qui sont peu présentes et généralement adaptées au contexte urbain et non alignées sur le règlement.

Il conviendra donc de savoir s'il est souhaitable, au regard des enjeux, de déroger à l'interdiction de la publicité dans le périmètre des abords des monuments historiques (art L581-8 du CE) et si oui de réadapter les dispositions réglementaires par rapport aux contextes paysager et économique. Une réflexion doit également être menée sur la réglementation relative aux enseignes. Cette dernière devra également s'adapter aux différents enjeux du centre-ville.

## PRINCIPALES INFRACTIONS

Le règlement étant relativement souple sur ce secteur, peu d'infractions sont recensées. On note cependant les infractions suivantes :

- ✘ Des enseignes murales parallèles à un mur ne doivent pas dépasser la limite de ce mur conformément à l'article R581-60 du code de l'environnement (1-2). Les enseignes perpendiculaires ne doivent pas non plus dépasser la limite supérieure de ce mur (art. R581-61) ;
- ✘ Des enseignes de dimension excessive dépassant le ratio autorisé par le code de l'environnement (article R581-63) qui est de 25% de la surface de la façade commerciale de l'établissement si elle est inférieure à 50m<sup>2</sup> ou sinon de 15% de la surface commerciale de l'établissement (3-4) ;
- ✘ La distance entre deux bâches publicitaires doit être d'au moins 100m (article R581-55 du code de l'environnement (5) ;
- ✘ Les bâches publicitaires sont interdites sur les clôtures qui ne sont pas aveugles conformément à l'article R581-22 du code de l'environnement (6).



1



2



3



4



5



6

## LES ATOUTS A VALORISER

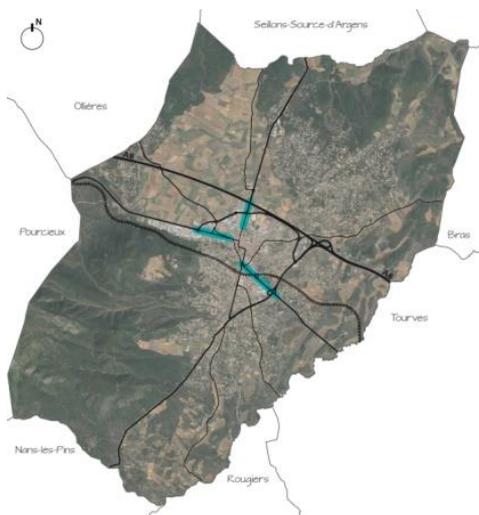
Certains établissements du centre-ville ont mis en place des enseignes valorisant la façade des immeubles ou respectant leurs architectures en utilisant par exemple : des enseignes en lettres découpées (1-2-3-5-9), des devantures traditionnelles (4-6), des matériaux nobles comme le fer forgé (1-3-5).



## ENJEUX

- ✘ Préserver la qualité architecturale du bâti ancien en apportant une réflexion sur une réglementation du RLP spécifique à l'intégration des enseignes sur les façades.
- ✘ Préserver la qualité de la perspective sur la Basilique Ste Marie Madeleine.
- ✘ Réadapter le RLP aux formes urbaines d'aujourd'hui en respectant l'équilibre entre bonne intégration et information suffisante.

### 3. Les pénétrantes d'entrée de ville

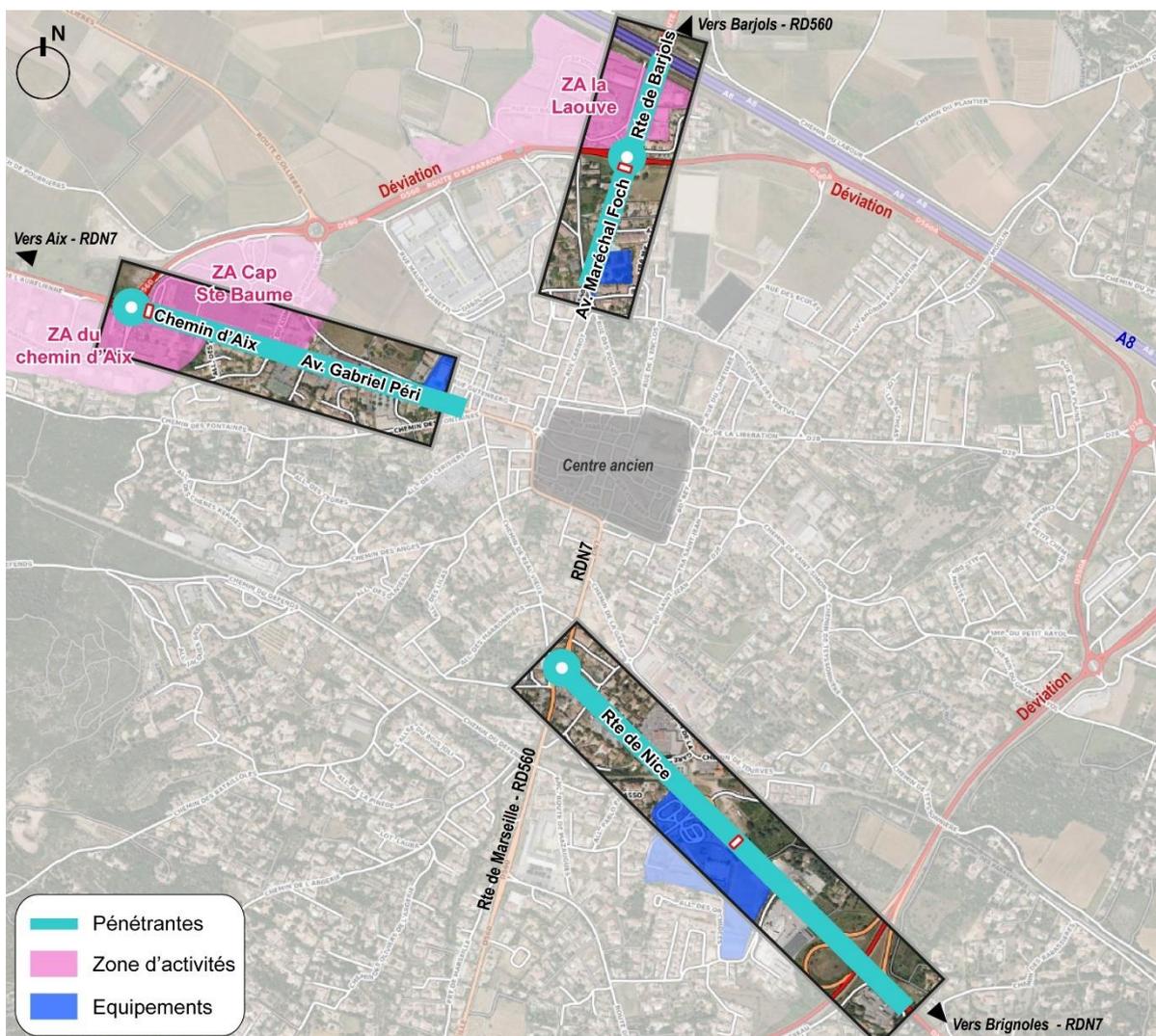


Le centre-ville de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume est desservi par 3 principales voies constituant des pénétrantes d'entrée de ville :

- ✘ La pénétrante Ouest, la RDN7, composé du chemin d'Aix et de l'avenue Gabriel Péri ;
- ✘ La pénétrante Nord, la RD560, composée de l'extrémité Sud de la route de Barjols depuis le Pont de l'Autoroute A8 et du début de l'avenue Maréchal Foch jusqu'au croisement avec la rue des Poilus ;
- ✘ La pénétrante Sud-Est, la RDN7, constituées de la route de Nice depuis le giratoire avec la rte de Marseille et jusqu'à l'échangeur d'accès la déviation.

Reliées entre elles par la déviation, chacune de ces trois pénétrantes d'entrée de ville bénéficie d'une attractivité économique, mais chacune a sa propre spécificité.

#### ► SITUATION



**ANALYSE PAYSAGERE****LA PENETRANTE OUEST : CHEMIN D'AIX ET AV. GABRIEL PERI – RDN7**

L'axe « Chemin d'Aix – av. Gabriel Péri » constitue la principale entrée d'agglomération de la ville de Saint-Maximin matérialisée après le giratoire avec la déviation.

**Etat des lieux du tissu publicitaire le long de la pénétrante Ouest**

Dans sa première partie, la pénétrante est marquée par la zone artisanale et commerciale du chemin d'Aix et la zone commerciale du Cap Ste-Baume, située de part et d'autre du giratoire et du Chemin d'Aix. La position du chemin d'Aix entre 2 zones d'activités, lui confère une vocation commerciale et constitue pour ces dernières une véritable vitrine. Cela a pour conséquence de subir à la fois les dispositifs publicitaires et enseignes des établissements sis sur cet axe mais également, indirectement, ceux des zones d'activités. Cette première partie de la pénétrante est ainsi assez impactée par les dispositifs d'affichage et plus particulièrement par ceux scellés au sol. On trouve en effet une superposition entre les publicités scellées au sol de 8 à 4m<sup>2</sup>, les publicités sur porte-affiche (mobilier urbain) et les enseignes sous forme de grands totems, tous situés au plus près de la voie et dans le champ de visibilité de la Basilique.

**Vue depuis le giratoire vers le centre-ville – le chemin d'Aix encadrer par les deux zones d'activités**

Dans sa seconde partie, se succède une alternance entre secteurs résidentiels et secteurs commerciaux ponctués d'espaces ouverts (stationnements, place ou délaissé) et accompagnés d'alignements d'arbres apportant une ambiance plus feutrée et réduisant l'impact des dispositifs publicitaires grâce à l'écran végétal formé, sauf en hivers lorsque les feuilles sont tombées.



Trois supermarchés ponctuent ce secteur, ils sont situés en retrait de la voie avec les espaces de stationnement devant (1-2). Malgré leur grande façade commerciale, leurs enseignes murales sont plutôt discrètes et n'impactent pas l'avenue en raison de l'important retrait. Mais pour compenser le manque de visibilité de leur immeuble, des enseignes scellées au sol sont installées en limite de chaussée (3), plus ou moins impactant selon la surface et la taille utilisées par l'établissement mais aussi selon la présence du feuillage sur les platanes.

### Enseignes des supermarchés



Les dispositifs scellés au sol sont les plus impactant pour le cadre paysager de St-Maximin, d'autant qu'ils peuvent être de différents types (enseigne, publicité et préenseigne) et donc vite s'accumuler pour devenir polluant et former des points noirs. Le secteur de la station-service de l'avenue Gabriel Péri (3-4) est un de ces points noirs cumulant de nombreuses enseignes scellées au sol (totem, drapeau, mat...) et des publicités sur mobilier urbain (chevalet, mat porte-affiche). A cela s'ajoutent de nombreuses enseignes murales, en raison du nombre important d'établissements sur ce secteur, mais qui ne sont malheureusement pas toujours très bien intégrées (trop nombreuses\_5, 6, 7, 8, trop grandes\_5 et parfois utilisation de couleurs criardes\_5, 8).

### Point noir autour de la station essence



## Enseignes impactant le cadre de vie



Ce point noir s'explique aussi par une accumulation des typologies d'habitats hétéroclites, des retraits irréguliers par rapport à la voie et des constructions inutiles surchargeant l'espace sans réelle vocation (tonnelle commerciale, ancienne ombrière de station essence\_9)



Par ailleurs, on note également la présence d'une accumulation d'enseignes (murales sur clôtures, scellées au sol) à certaines entrées de chemin (10-11) nuisant au cadre de vie mais permettant la visibilité des activités situées en retrait de la voie.



De manière générale, l'impact visuel est généré pratiquement par l'ensemble des différents dispositifs en raison de leur position en limite du domaine public. Cet impact est plus nuisible pour les panneaux publicitaires et les enseignes scellées au sol.

Par ailleurs, étant situé dans le prolongement du centre ancien et de la Basilique Sainte Marie Madeleine, un cône de vue sensible sur le monument historique est présent tout le long de l'axe et légèrement atténué à certains endroits par l'alignement de Platanes ou la présence d'arbres tiges. Ce cône de vue est parfois impacté par les nombreux dispositifs scellés au sol présents sur l'avenue et notamment après le giratoire d'entrée d'agglomération et au niveau du point de la station essence.

#### Vue depuis le giratoire avec la déviation vers le centre ancien



#### Vue depuis la station essence vers le centre ancien



### LA PENETRANTE NORD : LA ROUTE DE BARJOLS ET L'AVENUE MARECHAL FOCH

La pénétrante Nord est un axe qui se décompose en deux parties :

- ✘ la première, située hors agglomération, est formée par la route de Barjols depuis le pont de l'A8. Situé de part et d'autre du secteur d'activités de la Laouve sans pour autant le traverser, l'axe domine le giratoire par sa position haute lui faisant bénéficier d'un fabuleux panorama sur la Ste-Baume et la Basilique. L'entrée d'agglomération via la route de Barjols est assez bien préservée et il convient de conserver cette qualité.



- ✘ la seconde, du giratoire jusqu'au croisement avec la rue des Poilus, est située en agglomération et permet un accès direct au centre ancien. L'avenue du Maréchal Foch est un axe urbain dont les proportions sont beaucoup moins importantes que l'av Gabriel Péri ou la route de Nice ce qui lui confère une ambiance plus apaisée, conforté par la présence de peu d'activités économiques, mis à part au niveau du giratoire.

#### **Pénétrante Nord dans sa partie urbaine – av. Maréchal Foch**



Cette pénétrante Nord est préservée et n'est pas impactée par les dispositifs d'affichage extérieur. Seul le giratoire avec la déviation est un peu plus chargé en raison des enjeux liés au trafic routier dans ce secteur : déviation, zone d'activité de la Louve et entrée de ville Nord. Malgré ces forts enjeux, le rond-point est bien préservé. On note ainsi la présence de plusieurs enseignes apposées au sol (mobile) sous forme de drapeau sur l'unité foncière du nouvel immeuble commercial, ainsi que des enseignes murales parallèles un peu imposantes, côté av. Maréchal Foch, par rapport à la hauteur du bâtiment (environ 50% de la hauteur). La présence de 2 mobiliers urbains positionnés l'un en face de l'autre de part et d'autre de l'avenue Maréchal Foch, dont l'un numérique, surchargent un peu l'entrée nord de l'agglomération car il y a peu d'espace disponible à ce niveau du giratoire qui est déjà occupé par de nombreuses enseignes.

#### **Pénétrante Nord au niveau du giratoire**

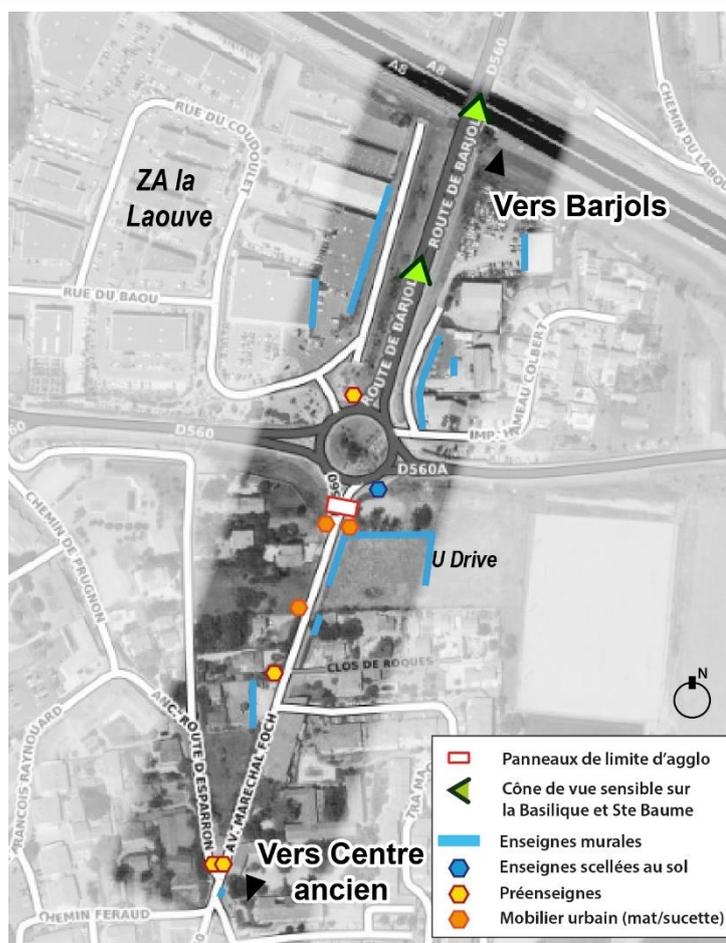


La route de Barjols, hors agglomération est totalement préservée, seuls sont visibles en contrebas les enseignes murales des établissements de la ZA de la Laouve ainsi qu'une préenseigne dérogatoire scellée au sol à proximité du rond-point.

Le Nord de l'avenue Maréchal Foch est également préservé puisqu'on note uniquement la présence de préenseignes dont le niveau d'entretien pourrait être amélioré (1-2).



### Etat des lieux du tissu publicitaire le long de la pénétrante Nord

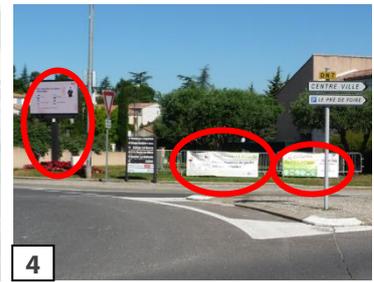


### LA PENETRANTE SUD-EST : LA ROUTE DE NICE

La RDN7 - route de Nice forme une entrée de ville importante du territoire de St Maximin, l'entrée Sud desservant la sous-préfecture Brignoles puis la Côte d'Azur. En partie hors agglomération, elle forme un espace de transition entre ville et campagne, ouvert largement sur le ciel grâce à des proportions généreuses de voiries et des constructions implantées en retrait de la voie. C'est un espace mixte comprenant de grands équipements publics (collège, gendarmerie), des commerces nécessitant de l'espace (concessionnaires automobiles, marchand de matériaux, centrale à béton, supermarchés, station essence...), un petit secteur résidentiel, et deux pôles commerciaux principalement destinés aux commerces de proximité (boulangerie, pharmacie, épiciers, boucherie...).

Cette pénétrante soulève la problématique de la publicité et des préenseignes publicitaires que l'on retrouve sous plusieurs formes le long de la route de Nice : panneaux de publicité scellés au sol de grand format (12m<sup>2</sup>), publicité murale, mobilier urbain, préenseignes. Même si ces derniers ne sont pas fortement impactant dans le cadre urbain dans lequel ils s'inscrivent (proportion généreuse de la voie, pas d'enjeu paysager sensible, espace mixte non résidentiel), ils sont assez concentrés autour des giratoires et les panneaux sont de grand format et/ou se découpent sur le ciel impactant ainsi les espaces ouverts sur le paysage (1, 2). Un même lieu peut ainsi recevoir de nombreux dispositifs qui, cumulés, peuvent impacter le cadre de vie, à l'image des giratoires qui cumulent publicités murales ou scellées au sol, préenseignes, mobiliers urbains sur mât et/ou sucette, préenseignes dérogatoires sur banderole et même du mobilier urbain numérique (2,3) ou à l'image de la station-service qui bénéficie en plus des enseignes murales, d'enseignes scellées au sol (totem et drapeau), chevalets publicitaires et faisant face à des sucettes publicitaires (4).

Les panneaux publicitaires le long de la route de Nice



On note également la présence de publicités murales ou de préenseignes sur des façades non aveugles qui nuisent à l'organisation architecturale de l'immeuble (5), sur des banderoles peu qualitatives et/ou installées sur des murs de clôture d'espace résidentiel, devant des espaces ouverts qui rompt la monotonie de l'espace (6, 7,8). De récentes publicités scellées au sol ont été implantées autour des giratoires ce qui peut nuire à la visibilité des panneaux routiers et à ce titre réduire la sécurité routière (12).

Le nombre d'enseignes du pôle commercial en entrée de ville est également important (9), on peut par exemple dénombrer, uniquement pour la pharmacie, 2 enseignes lumineuses (les croix) scellées au sol ainsi que 6 enseignes murales aux proportions généreuses. Les enseignes du pôle commercial du centre-ville sont globalement mieux intégrées même si certains établissements ont « triché » en agrandissant le mur de façade au détriment de la toiture pour bénéficier d'une largeur d'enseigne plus conséquente (10). Même si cela est légal et ne relève pas du code de l'environnement mais du code de l'urbanisme, cette modification de façade commerciale nuit à l'organisation architecturale de l'immeuble.



Les concessionnaires automobiles, quant à eux, cumulent les enseignes scellées au sol et plus particulièrement celles sous forme de drapeaux mobiles, appelés également kakemonos.

Par ailleurs, après le passage de la voie ferrée vers le centre-ville, la pénétrante sud-est bénéficie d'un cône de vue privilégié sur la Basilique, panorama identifié dans le plan local d'urbanisme de la ville pour sa préservation. Le point de vue est aujourd'hui quelque peu terni par la présence de plusieurs enseignes scellées au sol d'Intermarché (mat 8m<sup>2</sup>, totem, drapeau scellé au sol, enseigne sur toiture et de mobilier urbain).

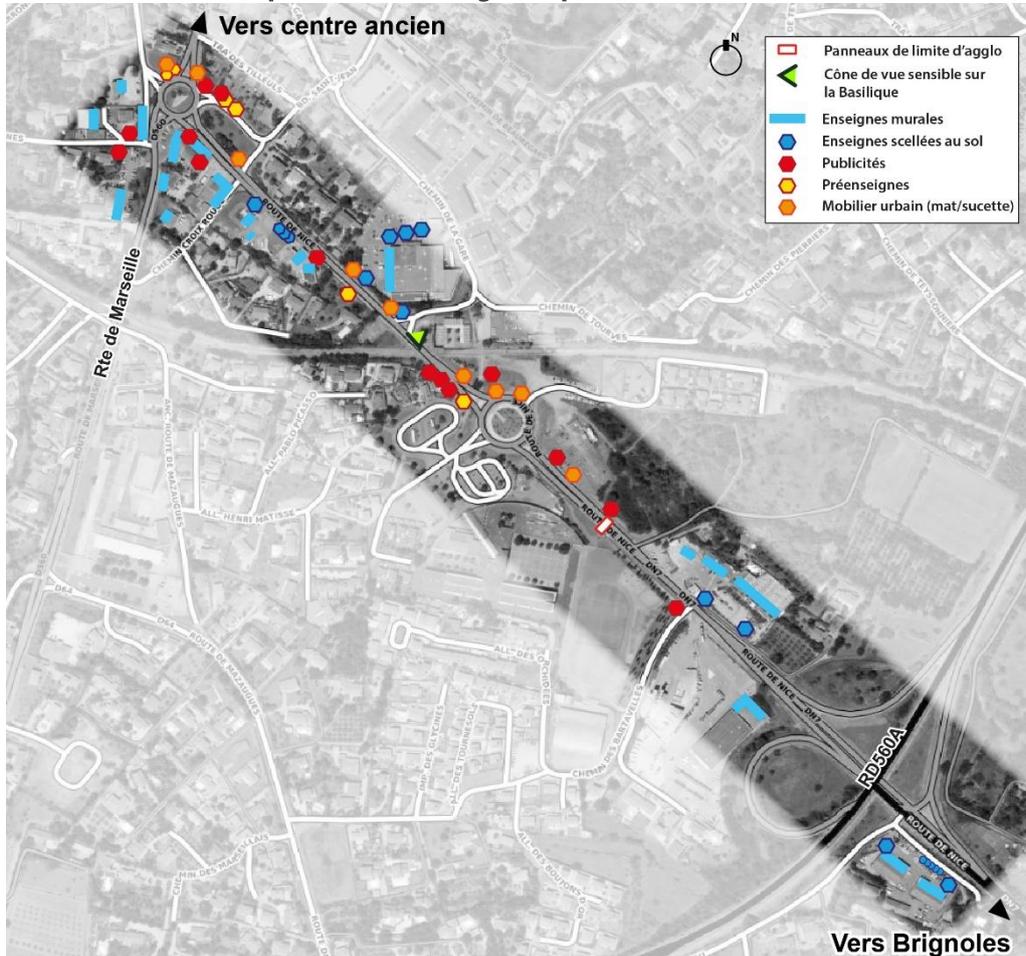


### Cône de vue sur la Basilique terni par les enseignes du supermarché

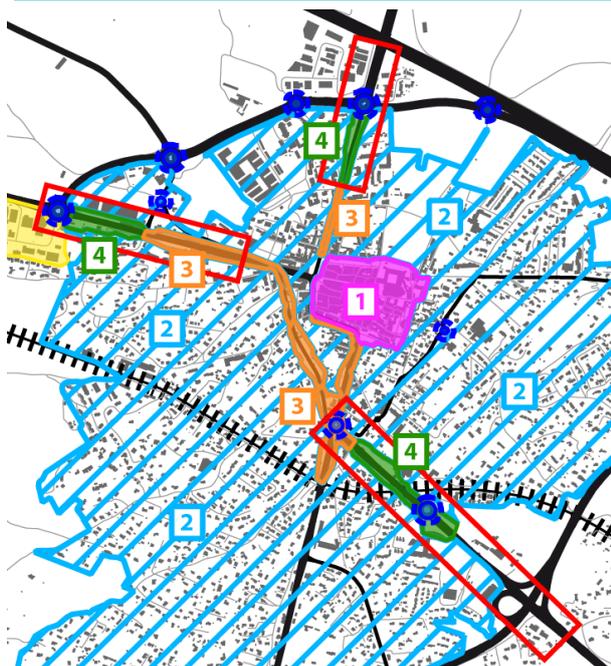


Sans ces dispositifs, le supermarché est cependant peu perceptible car situé en contrebas de la route de Nice sans accès direct et donc à besoin de cette vitrine commercial sur la route DN7. Il conviendra donc de concilier les enjeux économiques de l'établissement commercial avec les enjeux paysagers.

### Etat des lieux du tissu publicitaire le long de la pénétrante Sud-Est – route de Nice



## ANALYSE JURIDIQUE



Le zonage du RLP de 1998 est conçu à partir des pénétrantes urbaines de l'époque avec un zonage ZPR4 spécifique aux pénétrantes de Saint-Maximin. Cependant, avec les évolutions urbaines récentes, la délimitation des pénétrantes ainsi que les enjeux urbains et économiques ont quelque peu changé sur certains secteurs.

Le règlement en vigueur autorise sur les pénétrantes les enseignes scellées au sol jusqu'à 12 m<sup>2</sup> et dans la limite d'une par parcelle et sans cumul avec une préenseigne. C'est d'ailleurs l'unique règle qui différencie la ZPR4-pénétrantes de la ZPR3-voies de circulation principale du centre-ville.

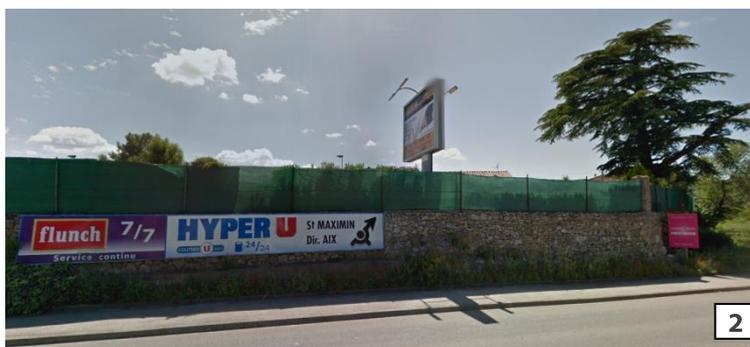
ZPR		PUBLICITE / PREENSEIGNE				Enseignes	
		lumineuse	scellée au sol	murale	sur mobilier urbain	murale	scellée au sol
ZPR 3	<b>Voies de circulation principale du centre-ville</b> Av. du XVème Corps, BD Victor Hugo côté Sud jusqu'à limite de la rue de Belfort	INTERDIT	INTERDIT	<b>Implantation :</b> - sur <b>mur aveugle</b> - 1,50m de la chaussée si pas de trottoir ou d'aménagement entre mur et chaussée <b>Nombre max :</b> 1 (pas de cumul publicité et préenseigne) <b>Surface :</b> 12m <sup>2</sup>	<b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3,5m <b>Interdistances :</b> 50m	<b>Règlement National du Publicité</b> dans la limite de 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	
ZPR 4	<b>Les pénétrantes</b> la RN7 côté Aix et côté Nice, la RD 560 côté Barjols		<b>Nombre max :</b> 1/parcelle dont le linéaire de façade >50m (pas de cumul publicité et préenseigne) <b>Surface :</b> 12m <sup>2</sup> <b>Interdistances des dispositifs sur un même côté de voie :</b> 50m	<b>Implantation :</b> - sur <b>mur aveugle</b> - 1,50m de la chaussée si pas de trottoir ou d'aménagement entre mur et chaussée <b>Nombre max :</b> 1 (pas de cumul publicité et préenseigne) <b>Surface :</b> 12m <sup>2</sup>	<b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3,5m <b>Interdistances :</b> 50m		

Il conviendra donc de concilier les différents enjeux pour définir un zonage et un règlement des pénétrantes au plus juste des réalités urbaines, paysagères et économiques.

## INFRACTIONS

Le règlement étant relativement souple, peu d'infractions sont recensées. On note cependant les infractions suivantes :

- ✘ La publicité est interdite hors agglomération, conformément à l'article L581-7 du code de l'environnement (1) ;
- ✘ La publicité est interdite sur les murs des bâtiments non aveugles ou possédant une ouverture supérieure à 0,50 m<sup>2</sup> conformément à l'article R581-22 du code de l'environnement (3).
- ✘ Interdiction de cumuler sur une même parcelle les publicités et les préenseignes selon le règlement de la ZPR 4 du RLP en vigueur (2) ;
- ✘ Les enseignes en toiture sont interdites par les dispositions générales du RLP (5,6)
- ✘ Des enseignes murales parallèles à un mur ne doivent pas dépasser la limite de ce mur conformément à l'article R581-60 du code de l'environnement (4, 6, 7, 8). Les enseignes perpendiculaires ne doivent pas non plus dépasser la limite supérieure de ce mur (art. R581-61) ;
- ✘ Conformément à l'article R.581-31 du code de l'environnement, les affiches publicitaires des dispositifs scellés au sol ne doivent pas être visibles depuis les voies publiques situées hors agglomération. Aujourd'hui des publicités apposées sur des dispositifs scellés au sol sont visibles depuis des voies publiques situées hors agglomération et sont donc illégaux :
  - 2 Publicités situées sur le chemin d'Aix (RDN7 en agglo) sont visible depuis la RDN7 (avant le giratoire) et la RD560 située hors agglomération (9)
  - 2 Publicité située route de Nice (RDN7 en agglo) est visible depuis la RDN7 hors agglomération (10).





## A VALORISER

Certains établissements des pénétrantes ont mis en place des enseignes valorisant la façade des immeubles ou respectant leurs architectures en utilisant par exemple : des enseignes en lettres découpées (2-3-4), des devantures traditionnelles (4), enseignes murales adaptées à la façade commerciale avec des lettrages ou matériaux discrets ce qui n'enlève rien à leurs visibilités.



## ENJEUX

- ✘ Concilier enjeux économiques et paysagers afin de garantir un cadre de vie et des entrées de ville de qualité ;
- ✘ Préserver les vues sur le paysage et la Basilique.

## 4. Les zones d'activités



La ville de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume possède 3 zones d'activités sur son territoire dont la plus importante et la plus ancienne est la zone d'activités du chemin d'Aix, située en entrée de ville Ouest. Si cette dernière est à l'origine une zone artisanale, elle s'est progressivement tournée vers les activités commerciales pour devenir aujourd'hui une zone d'activités mixte restant à dominante artisanale (artisans, bricolage, concessionnaires automobiles, garages, services, loisirs, restaurants...) La Zone Cap Ste Baume, quant à elle, est une zone strictement commerciale située en agglomération, centrée autour d'un établissement de la grande

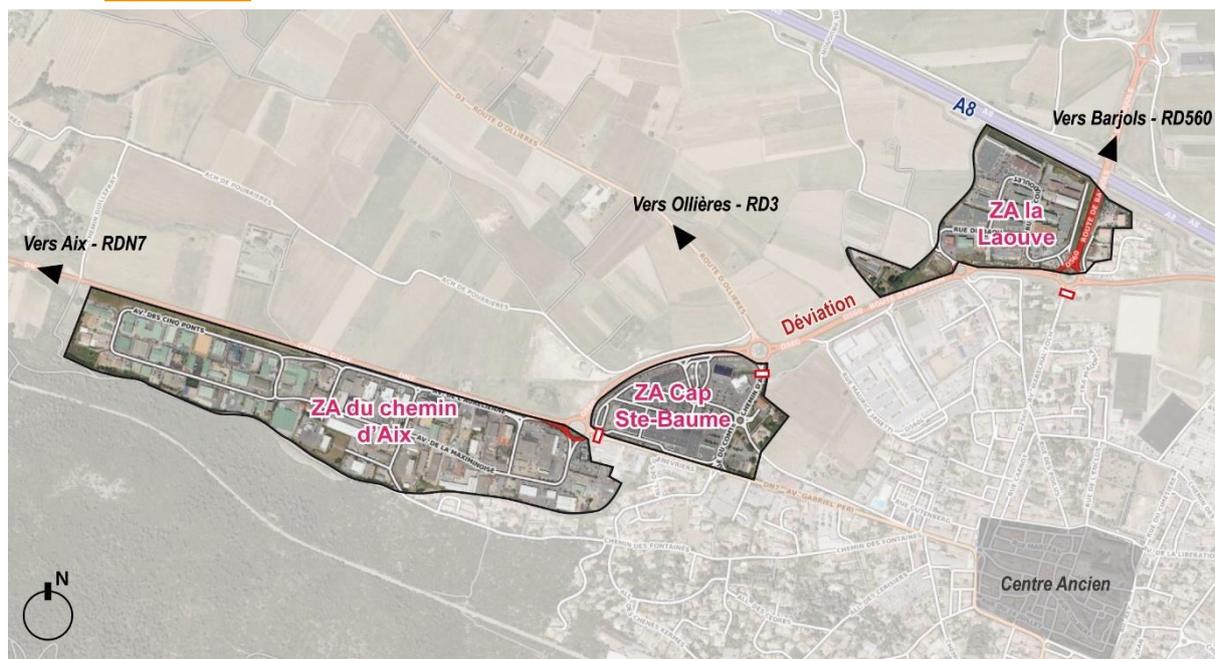
distribution et de quelques enseignes nationales de bricolages, de sport et de mode. La zone de la Laouve, plus récente, est également une zone commerciale regroupant de nombreuses enseignes commerciales et accueillant également quelques activités de proximités (boulangerie, pharmacie, coiffeurs, laboratoire d'analyse...)

Les 3 zones d'activités de Saint-Maximin bénéficient d'un positionnement stratégique, au croisement entre la déviation et une pénétrante d'entrée de ville.

Les zones d'activités ont des problématiques publicitaires qui leur sont propres car ce sont des zones étendues, situées en périphérie de la commune et qui ont besoin d'une certaine visibilité pour pouvoir subsister. Ces zones comportent ainsi un grand nombre d'enseignes et notamment scellées au sol qui peuvent engendrer un fort impact visuel.

Le RLP en vigueur régit uniquement la ZA du chemin d'Aix en ZPA en autorisant dans ces zones la publicité. Les zones de la Laouve n'a pas de zonage spécifique tandis que la ZA Cap Ste-Baume, étant situé en agglomération, bénéficie du zonage dédié à ce secteur, la ZPR2.

### ► SITUATION



## ANALYSE PAYSAGERE

## LA ZONE D'ACTIVITES DU CHEMIN D'AIX

## Etat des lieux du tissu publicitaire scellé au sol de la ZA du chemin d'Aix



La ZA du chemin d'Aix est située hors agglomération et longe la route département DN7 menant vers Aix au pied des flancs boisés du Mont Aurélien. On y accède essentiellement par le giratoire avec la déviation et l'av. Gabriel Péri, pénétrante menant au centre-ville. Le chemin des Fontaines au Sud permet également de connecter la zone aux quartiers résidentiels du centre-ville via un chemin étroit non adapté au trafic donc peu utilisé pour relier la ZA.

La zone s'organise par 2 voies parallèles à la RDN7, reliées entre elles par 4 petites voies perpendiculaires. Cette zone a été édifiée en 2 temps et cela se perçoit parfaitement au travers des 2 ambiances distinctes qui se dégagent :

- ✘ la première moitié basse de la ZA (hors av. des cinq Ponts), en continuité avec le rond-point d'entrée de la zone, est la partie originaire de la zone d'activités. Cette partie plus ancienne, bien qu'organisée par son maillage viarie réalisé sur un plan parallèle à la RDN7, est finalement assez brouillon. Cette ambiance décousue résulte de l'hétérogénéité du bâti implanté de façon irrégulière : des retraits différents par rapport aux voies, des parcelles de tailles variées dont le découpage des lots est inégal, des accès pas toujours directs depuis les voies principales...
- ✘ la seconde moitié de la zone d'activité est l'extension ouest de la ZA. Elle s'organise autour de l'avenue des cinq ponts desservant directement les activités présentes. Les lots sont réguliers, le bâti est homogène, aligné et respecte un retrait conséquent avec la route d'Aix par la présence d'un aménagement paysager simple : prairie et plantation d'arbres.

La perception des 2 parties de la zone d'activité est également différente depuis la RDN7. En effet, l'extension de la ZA (1-3) est peu visible depuis la route d'Aix grâce à un retrait conséquent des bâtiments et d'un aménagement paysager délimitant clairement les deux voies (route d'Aix av. des cinq Ponts). La partie basse de la zone (2) est nettement plus perceptible compte tenu d'un retrait moins important des constructions mais surtout en raison de l'absence d'aménagement paysager laissant l'espace largement ouvert entre la route d'Aix et l'avenue de l'Aurélienne.

**Perception différente de la zone d'activité depuis la route d'Aix**

1



2



De plus, on note une covisibilité sensible depuis la route d'Aix entre la zone d'activité et la Basilique (1,2,3). Les dispositifs de la zone d'activités ont ainsi un impact direct sur le cône de vue remarquable sur le Basilique depuis la route DN7.

3



Ce cône de vue est aujourd'hui impacté par les dispositifs de grandes hauteurs dépassant les toitures des bâtiments de la zone d'activités et créant un point focal perturbant la perspective vers la Basilique. Ces dispositifs peuvent être plus précisément des enseignes scellées au sol sous forme de drapeau (3) formant de hautes verticales attirant le regard mais aussi des enseignes sur toiture se découpant sur le ciel ou sur les flancs boisés du Mont Aurélien(4).



Les enseignes scellées au sol représentent la problématique majeure de la zone d'activité du chemin d'Aix. De nombreux établissements ont implanté une ou plusieurs enseignes de ce type en limite de parcelle et de voie : on retrouve ainsi des panneaux de 2, 4, 6 ou 8m<sup>2</sup> sur mât, des drapeaux, des totems, des kakemonos ou des chevalets mobiles. Les perspectives le long des voies sont ainsi ternies par ces enseignes scellées au sol, particulièrement par les plus hautes dépassant l'égout des toitures. De plus, la proximité immédiate des panneaux par rapport à la voie accentue l'impact des panneaux qui deviennent très vite envahissants, même si nous sommes dans une zone d'activité.

#### De nombreuses enseignes scellées au sol présentes nuisant les perspectives



En dehors de cette problématique, la zone d'activité est plutôt préservée excepté les quelques faiblesses suivantes plutôt habituelles dans les secteurs économiques :

- ✘ de nombreuses enseignes sur clôtures non aveugles grillagées, souvent sous forme de banderole, de faible qualité, surchargeant les voies et nuisant à la qualité du cadre de la zone d'activités (1-2-3-8)
- ✘ un nombre important d'enseignes sur une même façade ou pour un même établissement (4-5-6-7-9) ;
- ✘ l'utilisation de couleurs criardes (5-7-10) même si ce n'est pas toujours uniquement les enseignes et que ce sont parfois les couleurs des revêtements de façade eux-mêmes ;
- ✘ un choix d'implantation d'enseigne murale pas toujours judicieux et pouvant porter atteinte à l'organisation des façades (3-5-9-11) par exemple des enseignes dépassant le mur sur lesquelles elles sont apposées, des enseignes encadrant totalement la façade, des enseignes à l'étage situées entre les ouvertures ;
- ✘ l'exposition d'objet imposant pour jouer le rôle d'enseigne à part entière peut vite devenir impactant, comme les coques de piscine (8) ;
- ✘ l'utilisation de préenseignes ou d'enseigne scellées au sol pour signaler l'accès des activités non visible depuis les voies (10).



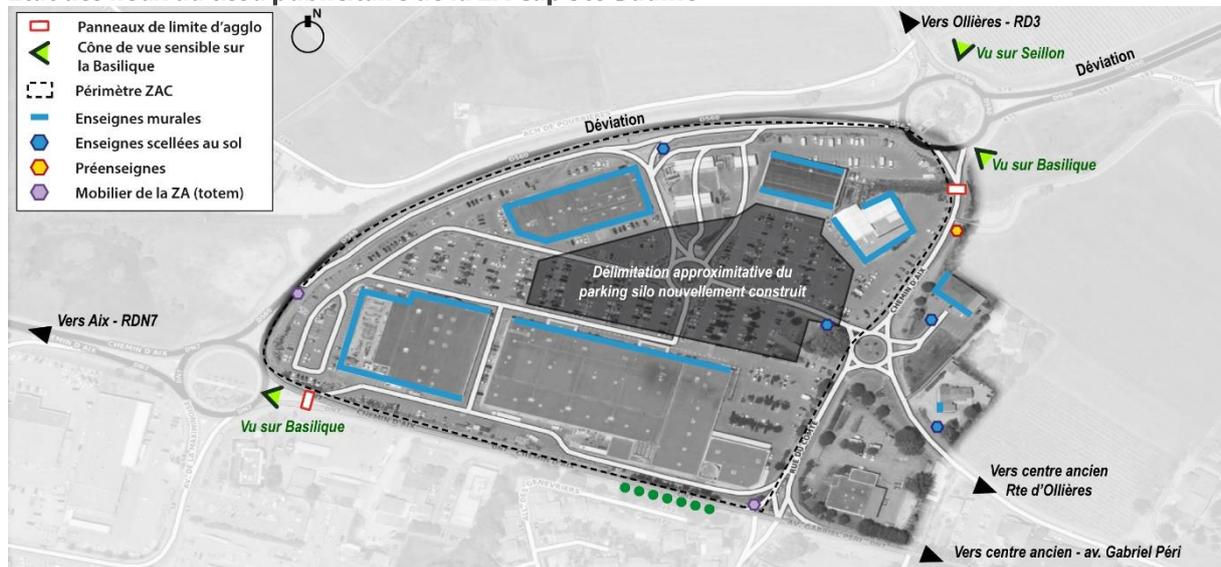
On note également la présence de 4 publicités scellées au sol (3 sur mat et 1 sur sucette), mais celle-ci sont plutôt bien implantées et ne nuisent pas au cadre de vie de la zone. Elles sont cependant illégales car visible depuis une voie publiques situées hors agglomération selon l'article R.581-31 du code de l'environnement).

## LA ZONE D'ACTIVITES CAP STE BAUME

La ZA Cap Ste-Baume est située en agglomération, en entrée de ville ouest, entre la déviation et la pénétrante l'avenue Gabriel Péri. Cette zone s'organise autour d'un supermarché de la grande distribution et de plusieurs enseignes commerciales nationales de mode, sport et de loisirs. Deux cônes de vue privilégiés sont présents à proximité de la zone, au Nord sur le village perché de Seillons et au Sud-Est sur la Basilique, mais la zone économique ne porte pas atteinte au panorama car n'est pas située en covisibilité avec ces derniers.

La ZA Cap Ste-Baume est en cours de transformation puisqu'un nouveau parking silo vient d'être installé afin d'améliorer l'offre en stationnement et d'agrandir le supermarché et son espace commercial. On accède à cette zone par une double voie longeant la déviation, ou par le giratoire de la déviation et la rue du Comte desservant également quelques commerces à l'Est de la voie. Une voirie interne organise ensuite la distribution des établissements.

### Etat des lieux du tissu publicitaire de la ZA Cap Ste-Baume



La zone d'activité Cap Ste-Baume est propre, sans dispositif nuisant au cadre de vie. Un aménagement paysager entre la déviation et la double voie permet de mieux intégrer la zone et de ne pas nuire à l'entrée de ville. On ne retrouve ainsi aucune publicité et seulement une seule préenseigne le long de la rue du comte. La visibilité des établissements s'effectue uniquement par les enseignes murales, le plus souvent bien intégrées à la façade car adaptées à la surface de la façade commerciale et/ou en lettre découpée.

### Vue de la ZA depuis l'entrée du giratoire préserver



**Vue de la ZA depuis la déviation : des enseignes qui n'impactent pas davantage que le bâti le paysage d'entrée de ville**



**Vue de la ZA depuis les giratoires : enseigne sur le parking silo en lettres découpées**



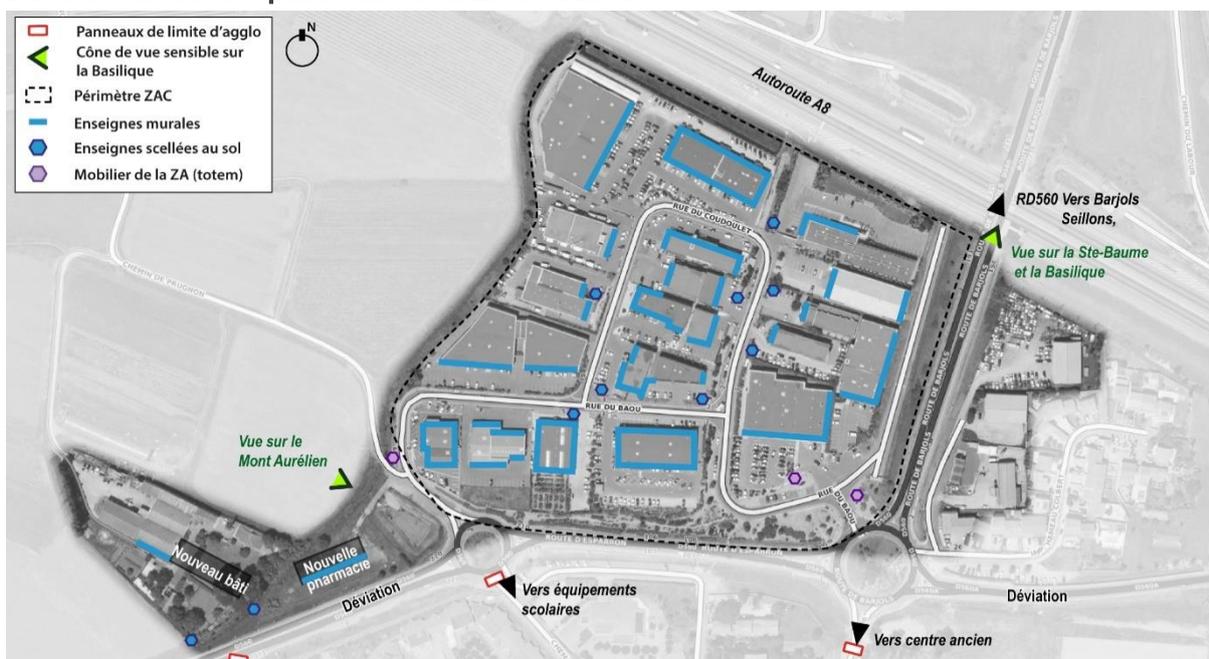
L'intérieur de la zone d'activité n'est perceptible qu'au sein de la zone et ne porte donc pas atteinte au cadre de vie. Des enseignes scellées au sol sous forme de petit totem organisent proprement la circulation de la zone.



## LA ZONE D'ACTIVITES DE LA LAOUE

La ZA de la Laoue est une zone récente située hors agglomération entre la déviation et l'autoroute A8, au Nord. Cette zone, réalisée sous la forme d'un lotissement, est une zone organisée avec une voirie interne, 2 accès via des giratoires depuis la déviation, des constructions organisées respectant des règles d'alignement, de retrait et de hauteur homogène ainsi que des espaces verts. Cette organisation apporte à la zone un cadre de qualité ; c'est une ZA bien préservée avec peu d'impact sur le paysage.

### Etat des lieux du tissu publicitaire de la ZA de la Laoue



On note l'absence de publicité sur le secteur ni de préenseigne. Deux totems propres à la zone marquent les entrées de cette dernière complétés par un Relais d'Information Service (RIS) permettant aux usagers (automobilistes ou piétons) de consulter la liste des établissements présents dans la zone et leurs positions sur un plan.

La visibilité des établissements s'effectue essentiellement par les enseignes murales, très peu d'établissements ont recours aux enseignes scellées au sol et quand c'est le cas, il s'agit souvent de pallier à un manque de visibilité et de jouer le rôle de préenseigne. Ces enseignes scellées au sol sont le plus souvent organisées sous forme de totem regroupant plusieurs activités et même s'ils peuvent être assez hauts ils ne gênent pas les perspectives car ils sont peu nombreux et très ponctuels dans la zone. Les enseignes en drapeau ainsi que celle de très grande hauteur restent tout de même à éviter.

### Les quelques enseignes scellées au sol présent sur la ZA de la Laoue



Les enseignes murales de la zone sont globalement bien intégrées avec toujours les mêmes problématiques impactantes :

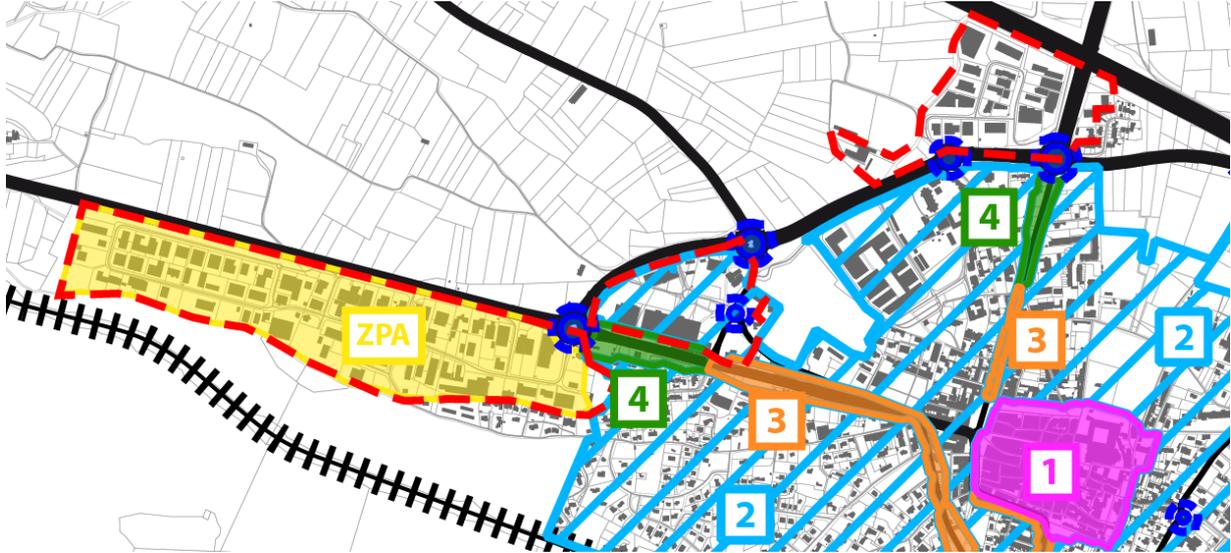
- ✖ un nombre important d'enseignes sur une même façade ou pour un même établissement (3-4-6-7) ;
- ✖ de grandes enseignes murales de 12m<sup>2</sup> jouant un rôle de publicité (3-7) ;
- ✖ de nombreuses enseignes sur clôtures non aveugles grillagées, souvent sous forme de banderole, de faible qualité, surchargeant les voies et nuisant à la qualité du cadre de la zone d'activités (1-2-5)

**Enseigne portant atteinte au cadre de qualité de la ZA** ☹



## ANALYSE JURIDIQUE

## ZA sur le zonage du RLP



Le zonage du RLP de 1998 possède uniquement une zone spécifique à la zone d'activité du chemin d'Aix (le long de la RDN7 côté Sud et la zone artisanale en interne). Les autres ZA n'étaient pas intégrées au zonage du RLP, mais la ZA Cap Ste-Baume étant situé en agglomération, la règle de la ZPR2 s'applique.

ZPR		PUBLICITE / PREENSEIGNE				Enseignes	
		lumineuse	scellée au sol	murale	sur mobilier urbain	murale	scellée au sol
ZPA	<b>Secteur externe et interne de la Zone artisanale d'Aix</b> le long de la RN7 côté Sud et les voies internes de la zone	INTERDIT	<b>Nombre max :</b> 1/parcelle dont le linéaire de façade > 50m (pas de cumul publicité et préenseignes) <b>Surface :</b> 12m <sup>2</sup> <b>Interdistance des dispositifs sur un même côté de voie :</b> 50m	<b>Surface :</b> 12m <sup>2</sup>	<b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3,5m <b>Interdistance :</b> 50m	<b>Implantation :</b> - sur mur - sur clôture aveugle - pas de dépassement du support <b>Surface :</b> 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	<b>Nombre max :</b> 1 face / sens de visibilité & par façade bordant une voie publique <b>Surface :</b> 12m <sup>2</sup>
ZPR 2	<b>Agglomération</b> à l'exception des autres zones, place Malherbes comprise		<b>Nombre max :</b> 2/parcelle dont le linéaire de façade > 50m <b>Largeur :</b> 1,5m <b>Hauteur :</b> 1m <b>Interdistance des dispositifs sur UF voisine :</b> 50m	<b>Nombre max :</b> 2/parcelle <b>Largeur :</b> 1,5m <b>Hauteur :</b> 1m	<b>Nombre max :</b> 25 <b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3,5m <b>Interdistance :</b> 50m	<b>Règlement National du Publicité</b> dans la limite de 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	

Le RLP en vigueur autorise, dans la ZPA, les publicités scellées au sol et murales jusqu'à 12m<sup>2</sup>. Il n'y a en fait que très peu de ces dispositifs dans les ZA, présents uniquement dans celle du chemin d'Aix et à des formats plus restreints de 6-8m<sup>2</sup>.

Le règlement des enseignes est relativement souple en autorisant des enseignes scellées de 12m<sup>2</sup> par façade bordant la voie publique en plus des enseignes murales qui peuvent aller jusqu'à 16 ou 32m<sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation. Ce règlement aboutit ainsi, particulièrement dans la ZA du chemin d'Aix, à des enseignes scellées au sol en surnombre et de grande hauteur, ainsi qu'à des enseignes murales non adaptées aux façades commerciales, nuisant à la qualité paysagère.

Il convient également de clarifier le règlement concernant les enseignes en drapeau qui entrent pleinement dans la catégorie des enseignes scellées au sol et les enseignes sur clôture non aveugle nuisant aussi à la qualité des zones. Le règlement devra également préciser clairement la règle relative aux enseignes des établissements partageant le même immeuble et la même façade commerciale (commerce à l'étage) pour ne pas aboutir à un surnombre d'enseigne nuisant à l'architecture du bâtiment.

Il conviendra donc de mettre à jour le zonage et le règlement des zones d'activités tout en conciliant les différents enjeux paysagés et économiques.

## PRINCIPALES INFRACTIONS

Le règlement étant relativement souple, peu d'infractions sont recensées. On note cependant les infractions suivantes :

- ✘ La publicité sera interdite hors agglomération, conformément à l'article L581-7 du code de l'environnement et le RLP ne pourra plus déroger à cette interdiction sur la ZA du chemin d'Aix ;
- ✘ La publicité est interdite sur les murs des bâtiments non aveugles ou possédant une ouverture supérieure à 0,50 m<sup>2</sup> conformément à l'article R581-22 du code de l'environnement (3).
- ✘ Les enseignes en toiture sont interdites par les dispositions générales du RLP (1)
- ✘ Des enseignes murales parallèles à un mur ne doivent pas dépasser la limite de ce mur conformément à l'article R581-60 du code de l'environnement (2). Les enseignes perpendiculaires ne doivent pas non plus dépasser la limite supérieure de ce mur (art. R581-61).



## A VALORISER

Même dans une zone d'activités, la surface, le nombre ou le type d'enseignes retenus par l'établissement a des répercussions sur l'intégration dans le cadre paysager de la zone sans pour autant nuire à la visibilité de l'établissement.

On remarque ainsi que les enseignes en lettre découpées sont les moins impactantes même si ces dernières sont de grande taille.

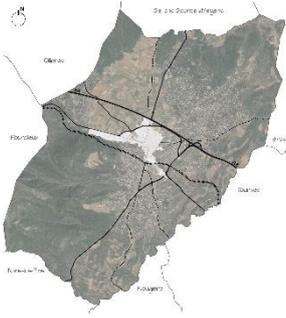
Certains établissements des pénétantes ont mis en place des enseignes valorisant la façade des immeubles ou respectant leurs architectures en utilisant par exemple : des enseignes en lettres découpées (2-3-4), des devantures traditionnelles (4), enseignes murales adaptées à la façade commerciale avec des lettrages ou matériaux discrets ce qui n'enlève rien à leurs visibilités.



## ENJEUX

- ✘ Adapter le zonage en intégrant les zones d'activités de la Laouve et Cap Sainte Baume au zonage des zones d'activités.
- ✘ Porter une réflexion globale sur les dispositifs enseignes scellés au sol afin d'éviter l'effet cumulatif impactant les axes et leurs perspectives ;
- ✘ Définir des règles relatives aux enseignes adaptées aux façades commerciales présentes ;
- ✘ Porter une réflexion sur la nécessité de maintenir ou d'interdire la publicité dans les zones d'activités ;
- ✘ Etudier précisément le positionnement des limites d'agglomération à proximité des zones d'activités car elles conditionnent les possibilités d'implantation de la publicité.
- ✘ Préserver les vues sur la Basilique notamment depuis le RDN7 ;
- ✘ Maintenir la qualité des zones de la Laouve et de Cap Ste Baume en les intégrant au RLP.

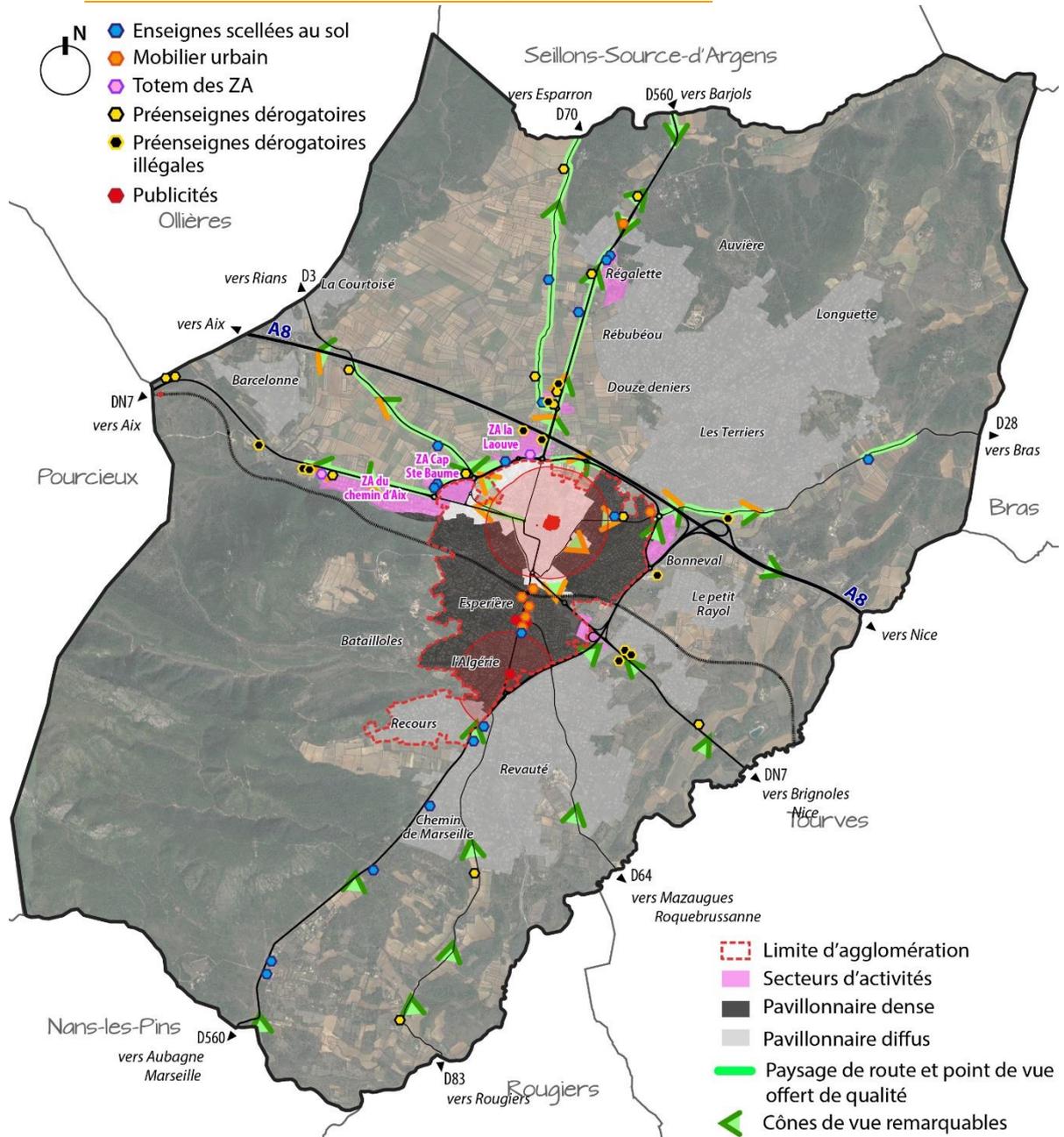
## 5. Le reste du territoire



L'analyse du reste du territoire de Saint-Maximin s'est tournée le long de l'autoroute A8, de la déviation et des voies principales d'entrée du territoire, à savoir la route RDN7 vers Aix et vers Brignoles, la RD3 vers Ollières, la RD70 vers Esparron, la RD560 vers Barjols et vers Marseille, la RD28 vers Bras, la RD64 vers Mazaugues et la RD83 vers Rougiers.

Il est intéressant d'étudier ces voies d'entrée de territoire car ce sont souvent des axes verts, au cadre paysager sensible et reflétant l'image d'accueil de la ville. L'affichage le long de ces axes est pourtant prisé car ils bénéficient d'un effet vitrine important et d'une adresse facilement repérable. Ces secteurs sont donc à forts enjeux mais étant pour l'essentiel hors agglomération, la publicité et les préenseignes y sont interdites à l'exception des préenseignes dérogatoires.

### ► SITUATION ET ETAT DES LIEUX DU TISSU PUBLICITAIRE



## ANALYSE PAYSAGERE

Les entrées de territoire de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume bénéficient d'un cadre paysager de qualité avec de nombreux panoramas remarquables sur le grand paysage ou sur la Basilique (cf. chapitre 2.7. *Le grand-paysage de Saint-Maximin et les points d'appels paysagers*). Ces axes verts sont dans l'ensemble bien préservés même si quelques dispositifs scellés au sol peuvent quelquefois porter atteinte au paysage :

- ✘ des enseignes scellées au sol ou des préenseignes devant un espace ouvert ou impactant un panorama ou un cône de vue remarquable



- ✘ des enseignes scellées au sol de grand format



- ✘ des enseignes scellées au sol de très grande hauteur impactant fortement le paysage en particulier si ce dernier est ouvert car elles sont alors visibles de très loin, à l'image des drapeaux de la zone d'activité du chemin d'Aix visible depuis la route d'Ollière, la déviation, l'autoroute...



Les dispositifs scellés au sol sont en effet, les plus impactant sur le cadre de vie et d'autant plus si ces derniers sont de grands formats, de haute taille ou concentrés sur un même lieu. Ils restent cependant nécessaires pour certains établissements non ou peu visibles depuis la voie publique mais il conviendra d'encadrer leur implantation pour ne pas impacter le paysage. Il est ainsi préférable, par exemple, d'implanter ces dispositifs en appui d'éléments construits ou naturels tel qu'illustrer ci-dessous où malgré le format relativement grand des dispositifs scellés au sol, ils s'intègrent à leur environnement.



**ANALYSE JURIDIQUE**

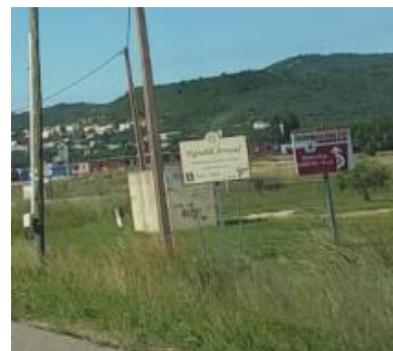
Le zonage du RLP de 1998 régit uniquement les secteurs en agglomération. Le reste du territoire hors agglomération est réglementé par le règlement national de publicité qui peut être assez souple sur certaines problématiques et notamment sur les enseignes scellées au sol puisque seules celles supérieures à 1 m<sup>2</sup> sont encadrées et jusqu'à 12 m<sup>2</sup> de surface et 8m de hauteur. Des règles qui ne sont pas adaptées au cadre paysager remarquable de Saint-Maximin.

ZPR		PUBLICITE / PREENSEIGNE				Enseignes	
		lumineuse	scellée au sol	murale	sur mobilier urbain	murale	scellée au sol
ZPR 2	Agglomération à l'exception des autres zones, place Malherbes comprise	INTERDIT	<b>Nombre max :</b> 2/parcelle dont le linéaire de façade > 50m <b>Largeur :</b> 1,5m <b>Hauteur :</b> 1m <b>Interdistances des dispositifs sur UF voisine :</b> 50m	<b>Nombre max :</b> 2/parcelle <b>Largeur :</b> 1,5m <b>Hauteur :</b> 1m	<b>Nombre max :</b> 25 <b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup> <b>Hauteur :</b> 3,5m <b>Interdistances :</b> 50m	<b>Règlement National de Publicité</b> dans la limite de 16 m <sup>2</sup> par sens de circulation ou 32 m <sup>2</sup> si la visibilité n'est assurée que dans un seul sens de circulation	

Il convient donc d'adopter un règlement adapté sur l'ensemble du territoire de St-Maximin et pas uniquement sur l'agglomération. Le zonage et le règlement devront prendre en compte le contexte local et pas uniquement se baser sur la limite d'agglomération : des secteurs résidentiels en agglomération ou hors agglomération peuvent avoir les mêmes enjeux. Le règlement devra également pleinement prendre en compte les enjeux paysagers importants sur ces secteurs.

**PRINCIPALES INFRACTIONS**

On note la présence de nombreuses préenseignes illégales depuis le 13 juillet 2015 en raison de la perte de leur dérogation par la nouvelle loi Grenelle 2. Ainsi, les restaurants, les garages, hébergement, camping et les grandes surfaces ne peuvent plus utiliser de préenseignes pour se signaler hors agglomération.



Toute publicité est interdite hors agglomération y compris celle implantée sur le mobilier urbain. Or on note la présence de publicité sur des abris-bus installés hors agglomération.



D'après l'article R.581-31 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol, sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une voie publique située hors agglomération. Hors certaines affiches scellées au sol de la route de Nice sont visibles depuis la RD560A, lorsque l'on passe le pont au-dessus de la RDN7.



Le code de la route (art. R418-7) interdit également la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute sur une largeur de 200m mesurée à partir du bord extérieur de la chaussée. La zone d'activité de la Laouve compte deux dispositifs illégaux à ce titre.



De récentes publicités scellées au sol ont été installées sur la route de Marseille impactant l'entrée de ville. Plusieurs de ces publicités sont illégales car situées dans le périmètre des abords du monument historique de l'Oratoire dit du Saint-Pilon et en covisibilité avec ce dernier.



On note également la présence d'une piscine dressée sur le bord de la route considéré comme une enseigne depuis la jurisprudence de la Cour Administrative d'Appel de Marseille donc elle dépasse la surface de 16 m<sup>2</sup> maximale autorisée par le RLP en vigueur.



## ENJEUX

- ✘ Maintenir la qualité des entrées de territoire de Saint-Maximin en adaptant la réglementation du RLP à la vocation et la typologie des axes.
- ✘ Veiller à respecter les cônes de visibilité lors de l'implantation des panneaux afin de ne pas porter atteinte au paysage et au cône de vue sur la Basilique.
- ✘ Mise en compatibilité avec la loi Grenelle 2 sur la suppression des préenseignes dont les activités ne sont plus dérogatoires (hôtels, restaurants, garages...) en veillant à un encadrement de celles qui seront dérogatoires.

## Chapitre IV : Conclusion du diagnostic et synthèse des enjeux

Saint-Maximin-la-Sainte-Baume est une commune globalement bien préservée des dispositifs de publicité extérieure. En effet, le précédent RLP a permis cette préservation grâce à une limitation de la publicité. La présence d'enseignes, pré enseignes et publicité est plus au moins importante selon les différents secteurs du territoire : zones d'activités, entrées de ville, pénétrantes...

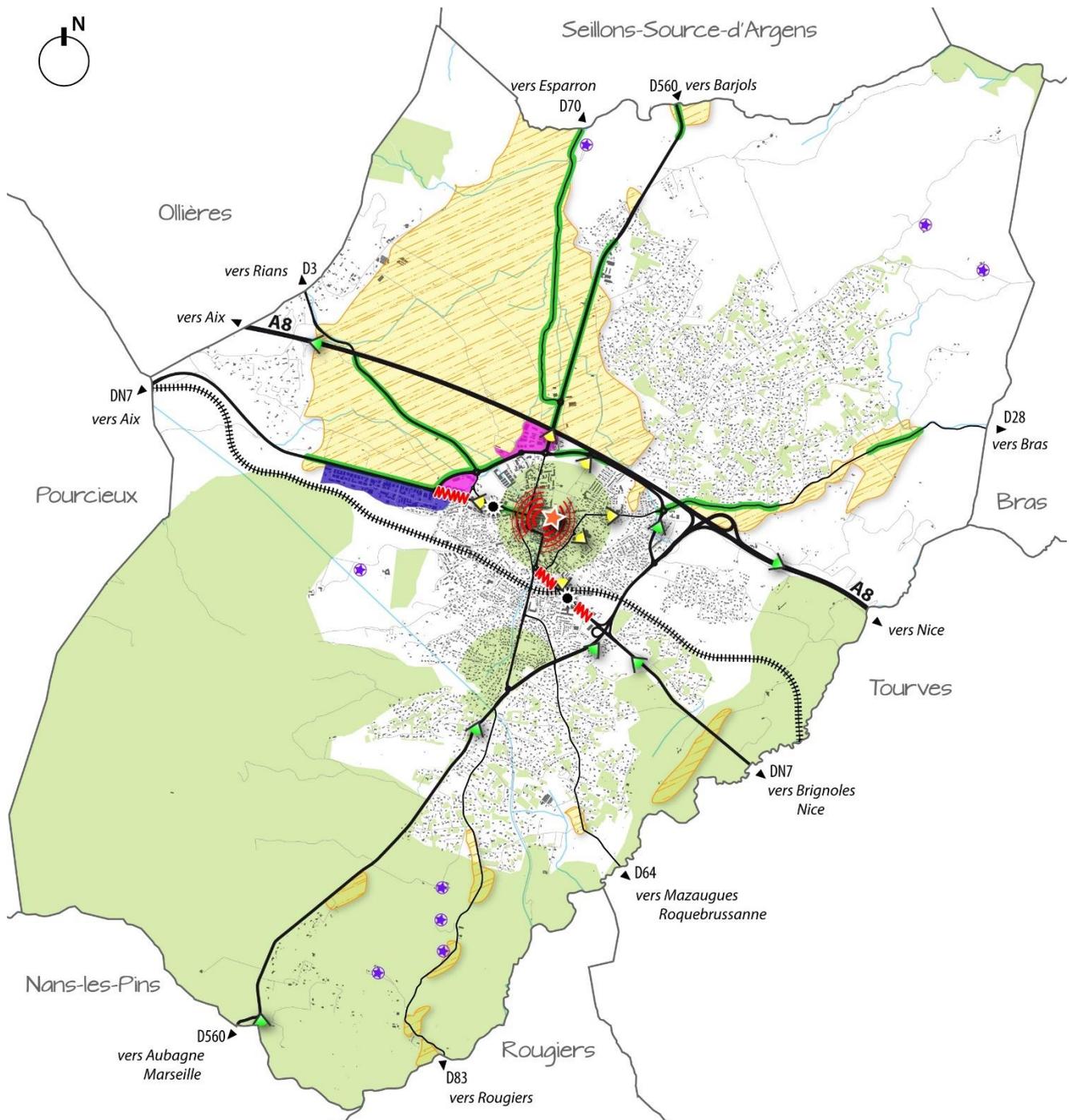
En effet, la commune se caractérise par un tissu économique multipolaire qui prend forme globalement dans 3 secteurs : le centre-ville avec des activités de proximité et de tourisme, les zones d'activités spécifiquement commerciales et artisanales et les pénétrantes d'entrée de ville jouant un rôle de vitrine commerciale avec des poches d'activités de proximité.

Le principal enjeu à prendre en compte dans le RLP est la préservation du patrimoine naturel et architectural : panoramas sur le Grand Paysage, points de vue sur la Basilique, deux éléments constitutifs de l'identité de Saint-Maximin.

Le RLP devra donc être adapté aux spécificités du territoire en encadrant d'avantage les dispositifs scellés au sol, dispositifs impactant le plus le paysage et le cadre de vie de St-Maximin.

Il conviendra également d'adapter le zonage face aux évolutions urbaines récentes en conciliant enjeux économiques et paysagers afin de garantir un cadre de vie de qualité.

## Synthèse des enjeux du RLP sur le territoire de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume

**Préserver le patrimoine naturel et identitaire de St-Maximin**

-  Préserver l'architecture et le cadre de vie du centre ville
-  Sauvegarder et valoriser le patrimoine identitaire de Saint-Maximin : la Basilique et ses abords
-  Sauvegarder le patrimoine bâti
-  Protéger et restaurer les points de vue remarquables sur la Basilique
-  Protéger et restaurer les points de vue remarquables sur le Grand Paysage
-  Préserver les vues sur les espaces ouverts agricoles
-  Protéger les espaces à enjeux paysagers, patrimoniaux et environnementaux

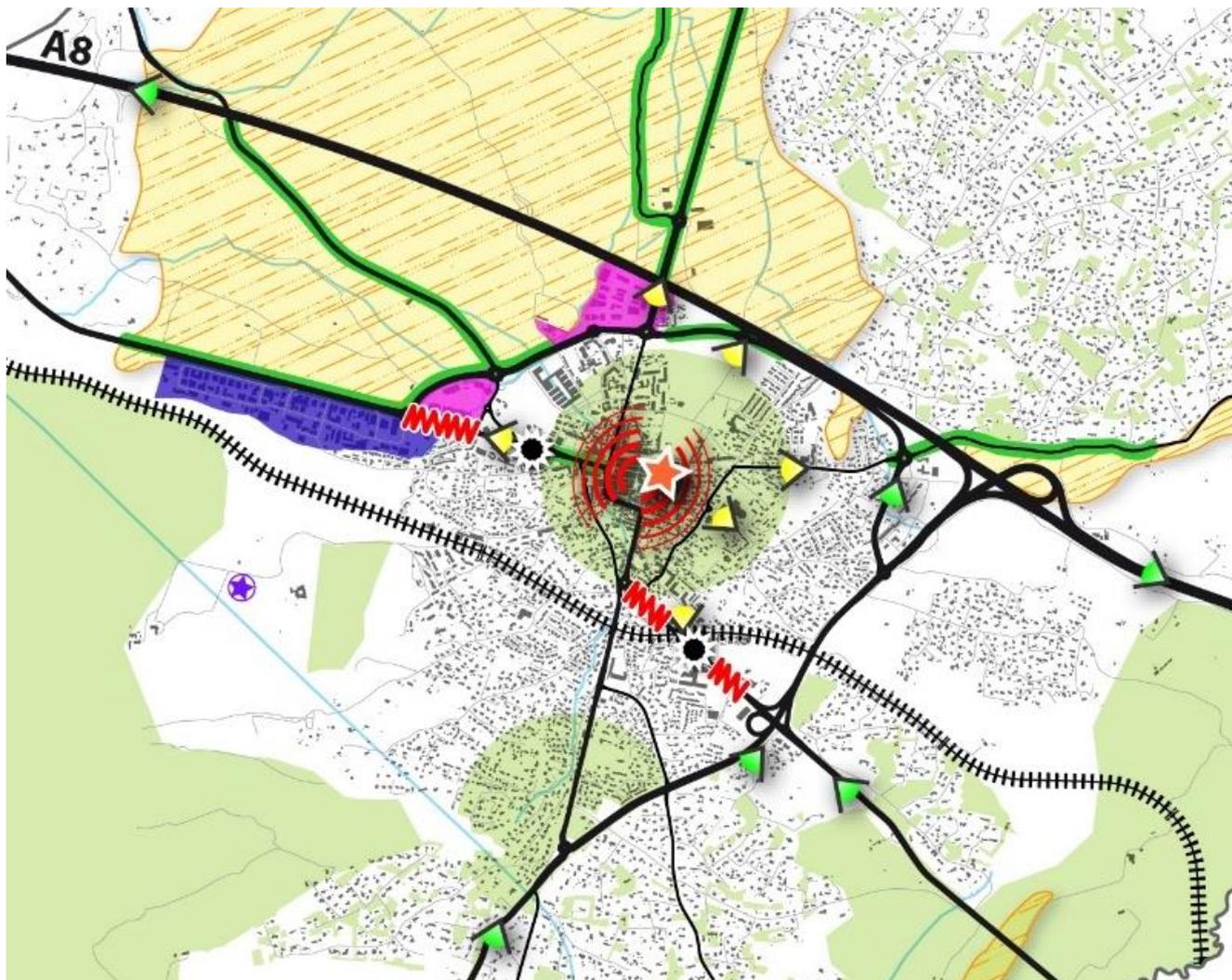
**Améliorer la qualité paysagère des axes d'entrée de ville**

-  Dédensifier les séquences les plus dégradées
-  Apaiser les points noirs par le traitement global des dispositifs scellés au sol
-  Préserver les paysages de bord de route et les panoramas remarquables

**Adapter le RLP aux spécificités des zones d'activités**

-  Zones mixtes : artisanales et commerciales
-  Zones commerciales

## Zoom de la synthèse des enjeux du RLP sur le territoire de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume

**Préserver le patrimoine naturel et identitaire de St-Maximin**

-  Préserver l'architecture et le cadre de vie du centre ville
-  Sauvegarder et valoriser le patrimoine identitaire de Saint-Maximin : la Basilique et ses abords
-  Sauvegarder le patrimoine bâti
-  Protéger et restaurer les points de vue remarquables sur la Basilique
-  Protéger et restaurer les points de vue remarquables sur le Grand Paysage
-  Préserver les vues sur les espaces ouverts agricoles
-  Protéger les espaces à enjeux paysagers, patrimoniaux et environnementaux

**Améliorer la qualité paysagère des axes d'entrée de ville**

-  Dédensifier les séquences les plus dégradées
-  Apaiser les points noirs par le traitement global des dispositifs scellés au sol
-  Préserver les paysages de bord de route et les panoramas remarquables

**Adapter le RLP aux spécificités des zones d'activités**

-  Zones mixtes : artisanales et commerciales
-  Zones commerciales

Partie II :

# Orientations

---

## Les orientations

Afin de remplir ses objectifs et compte tenu du diagnostic et de ses enjeux, la commune de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume s'est fixée les orientations en matière de publicités, de préenseignes et d'enseignes suivantes :

- ✘ **Valoriser l'image de la ville et le cadre de vie :**
  - Maintenir l'interdiction de la publicité sur la majeure partie du territoire à l'exception de celle apposée sur certains axes structurants,
  - Préserver les espaces naturels et les espaces ouverts,
  - Préserver les éléments patrimoniaux et leur champ de visibilité,
  - Rationaliser l'usage de l'espace public (chevalet, mobilier urbain et micro-signalétique),
  
- ✘ **Valoriser le patrimoine architectural et historique de la commune :**
  - Assurer l'intégration esthétique des enseignes en fonction des différents types d'architecture de façade et sans impacter les éléments de décors,
  - Proposer un traitement spécifique des enseignes situées sur des éléments architecturaux à préserver ou visibles depuis les cônes de vues remarquables
  
- ✘ **Encadrer strictement les zones d'activités pour maintenir leur qualité paysagère :**
  - Interdire les dispositifs publicitaires,
  - Limiter et adapter le nombre et la surface des enseignes proportionnellement à la surface de la façade commerciale,
  
- ✘ **Assurer la lisibilité des activités tout en préservant le cadre de vie :**
  - Veillez à la qualité des matériaux,
  - Maintenir l'interdiction des dispositifs lumineux
  - Maintenir l'interdiction des dispositifs sur toitures
  - Encadrer strictement les enseignes scellées au sol.

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.**

Partie III :

# Justification des choix retenus

---

## 1. Choix et justification du zonage retenu

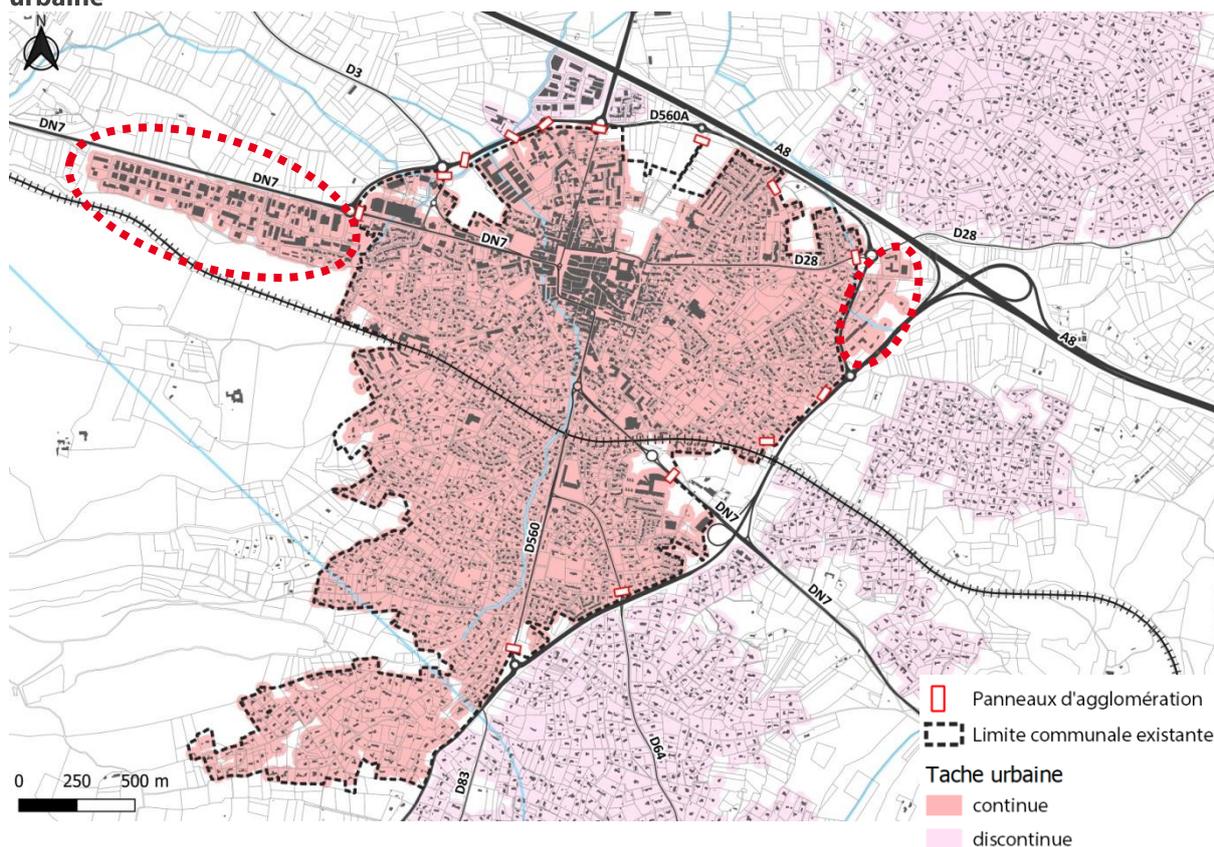
### 1.1. Choix retenu pour la limite d'agglomération

#### ► Rappel du diagnostic

L'analyse des limites d'agglomération fixée par l'arrêté n°418/2012 du 21/11/2012 a permis de constater que la position des panneaux « d'entrée et de sortie » de l'agglomération **sont adaptée à l'urbanisation agglomérée existante** (= tache urbaine de la carte ci-dessus = tampon de 25m autour des constructions-méthode CEREMA). Seulement deux d'entre eux, suscitent des questionnements :

- ✘ L'entrée de ville Ouest, par la route d'Aix (RDN7) où la zone d'activités du chemin d'Aix se situe hors agglomération alors que la continuité urbaine est clairement établie entre les constructions de part et d'autre du ruisseau des fontaines formant la limite d'agglomération existante ;
- ✘ L'entrée de ville par la route de Bras (RD28) où une continuité urbaine existe de part et d'autre de la déviation.

#### Analyse du positionnement des panneaux d'agglomération de l'arrêté de 2012 par rapport à la tache urbaine



#### ► Choix de la nouvelle limite d'agglomération

Suite à l'analyse de terrain, il apparaît que les routes départementales RD560 et RD560A forment clairement une rupture de continuité urbaine, qui est à la fois :

- Une rupture physique importante de l'axe routier, jouant un rôle de déviation pour la ville, avec une emprise des voies importante et un fort trafic routier,

- Une barrière psychologique pour les habitants dont « la déviation » reste une limite de la ville malgré le développement urbain débordant au-delà de la voie.

Sur le nouveau quartier « Bonneval Ouest » en entrée de ville depuis la route de Bras, entre la RD560 A et la bretelle de l'autoroute A8 et comprenant notamment la gendarmerie et le centre médico psychologique, la continuité urbaine est très limitée (cf. image ci-contre) et la RD560A forme une réelle barrière physique.

Il a ainsi été retenu que ce secteur est hors agglomération continue de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume.



 Tampon 25m autour du bâti cadastré > 20m<sup>2</sup>

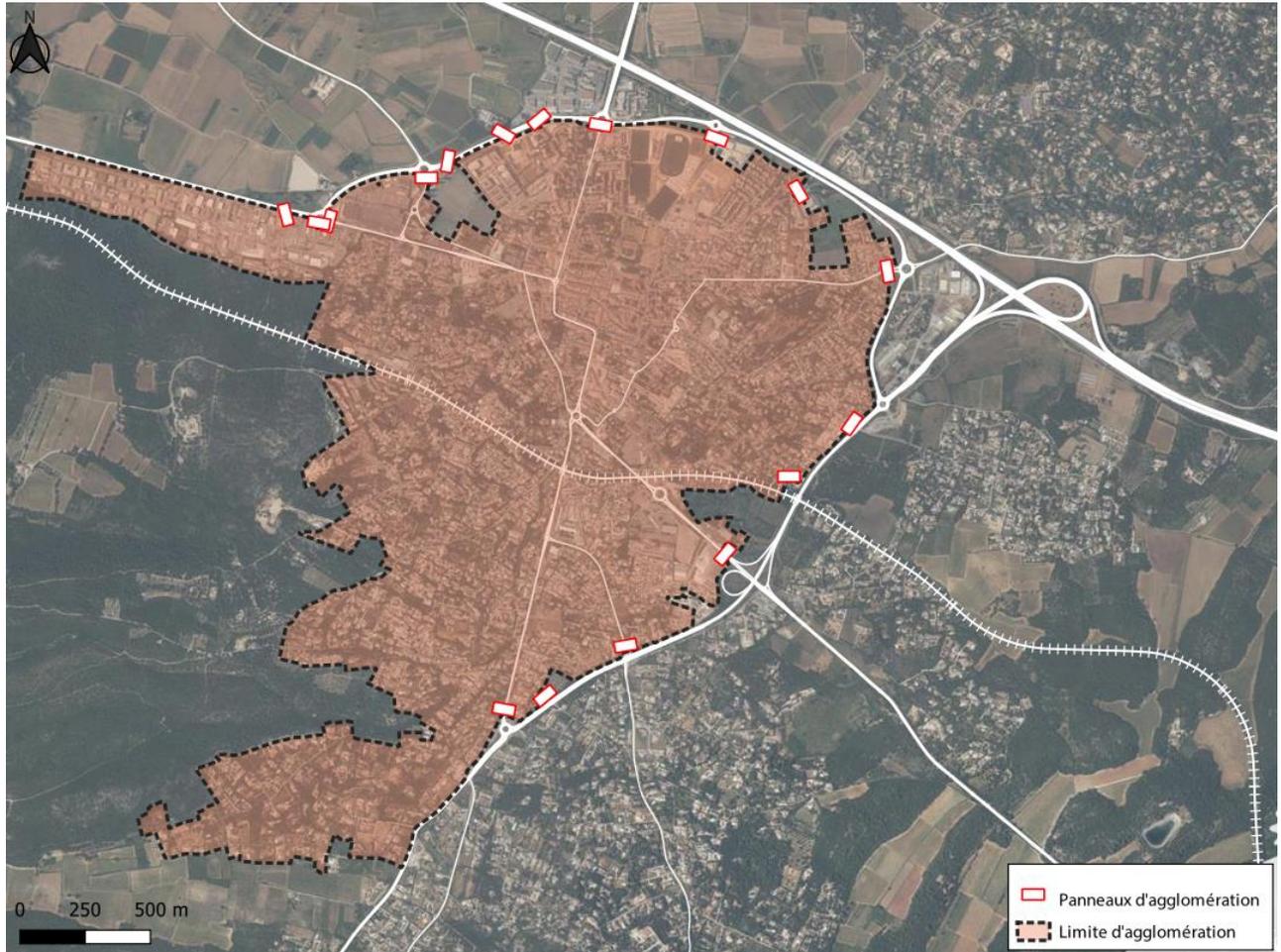
La zone d'activités du chemin d'Aix est comprise, quant à elle, clairement dans l'agglomération continue de St-Maximin. Un nouvel arrêté de délimitation du périmètre de l'agglomération a donc été établi par la commune (arrêté n°510 en date du 01/06/2023) et de nouveaux panneaux d'entrée et sortie de l'agglomération devront donc être installés en entrée/sortie de la zone d'activités.

#### Tampon de 25 m autour des bâtis existants sur l'entrée Ouest du territoire, route DN7 vers d'Aix



-  Nouveaux panneaux d'entrée/sortie d'agglomération
-  Panneaux entrée/sortie d'agglomération
-  Tampon 25m autour du bâti cadastré > 20m<sup>2</sup>

► **Nouveau périmètre d'agglomération conforme à l'arrêté n°510 en date du 01/06/2023**

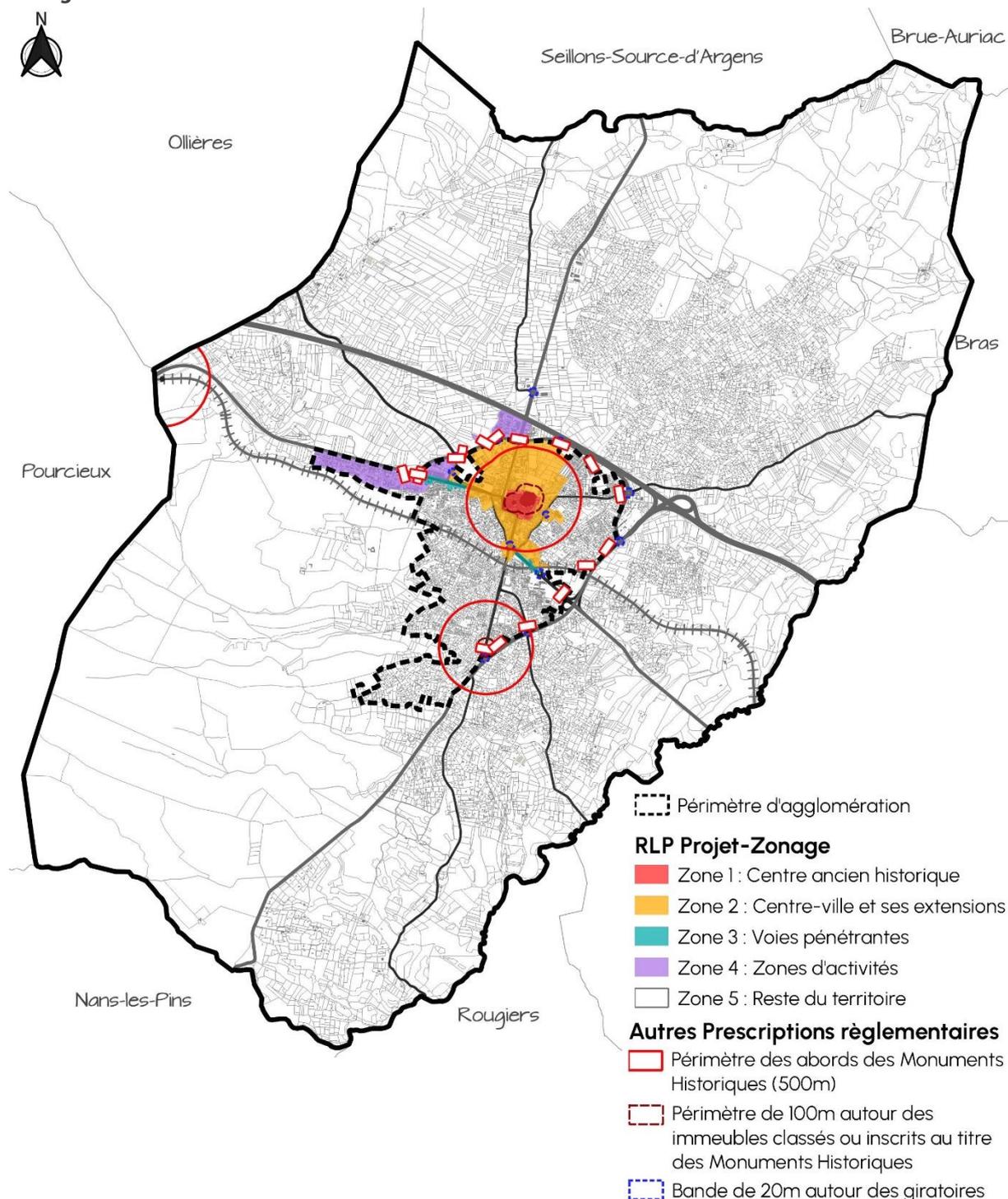


## 1.2. Choix retenu pour la délimitation du zonage

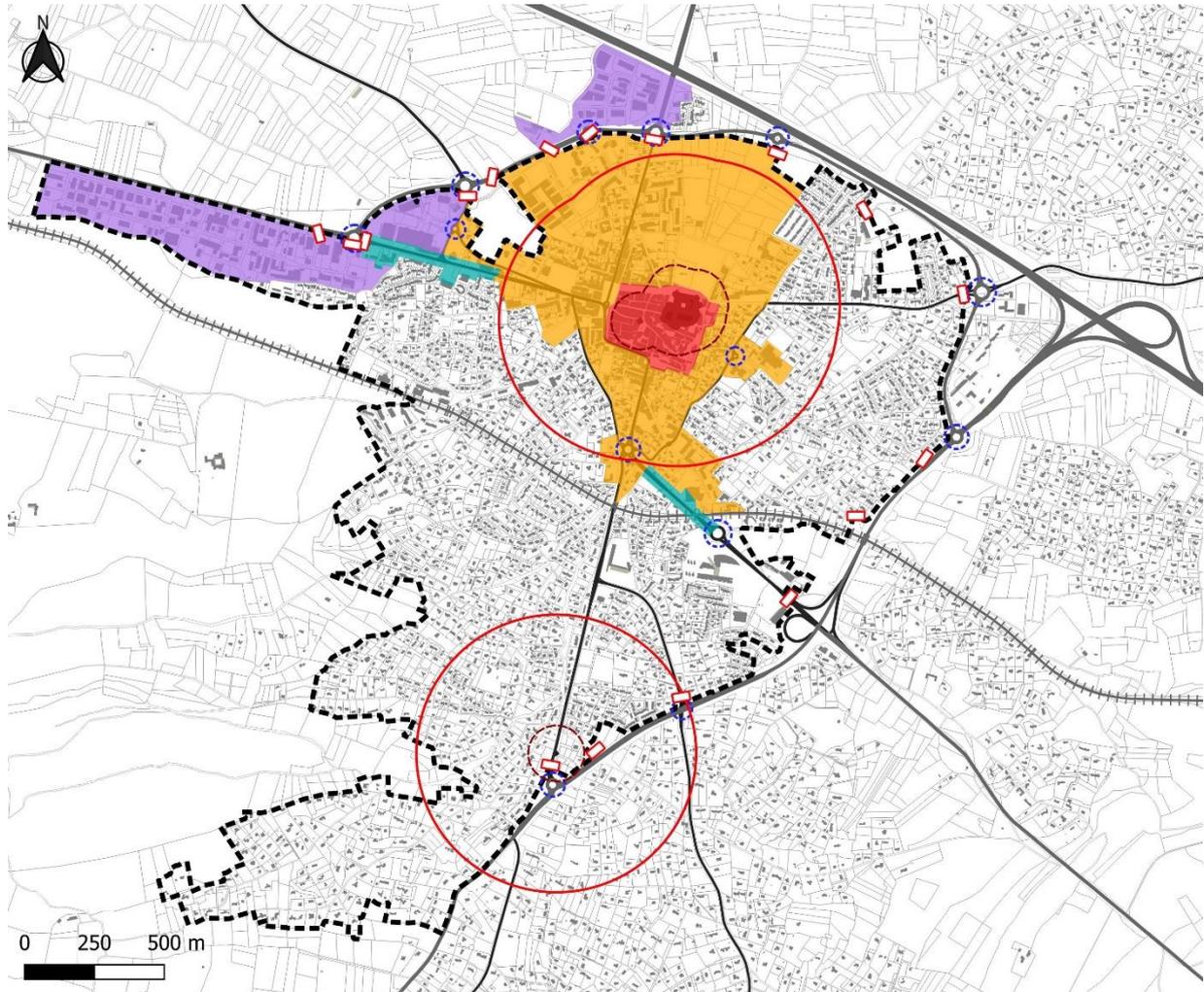
Pour prendre en compte les spécificités de chaque secteur, le zonage et le règlement identifient 5 zones différentes. Ce zonage permet de simplifier celui de 1998 tout en conciliant la demande de signalisation des opérateurs économiques avec les enjeux de protection du cadre de vie, de valorisation du patrimoine architectural de la commune.

Ces zones sont délimitées en fonction de la densité et du caractère architectural du tissu urbain, de la largeur des voies et des conditions de circulation, ainsi que de la taille et densité des activités économiques situées dans chaque secteur concerné.

### Zonage du RLP



## Zonage du RLP – zoom sur l'agglomération



□ panneaux d'agglomération pour approbation

⋯ Périmètre d'agglomération

### RLP Projet-Zonage

■ Zone 1 : Centre ancien historique

■ Zone 2 : Centre-ville et ses extensions

■ Zone 3 : Voies pénétrantes

■ Zone 4 : Zones d'activités

□ Zone 5 : Reste du territoire

### Autres Prescriptions réglementaires

□ Périmètre des abords des Monuments Historiques (500m)

□ Périmètre de 100m autour des immeubles classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques

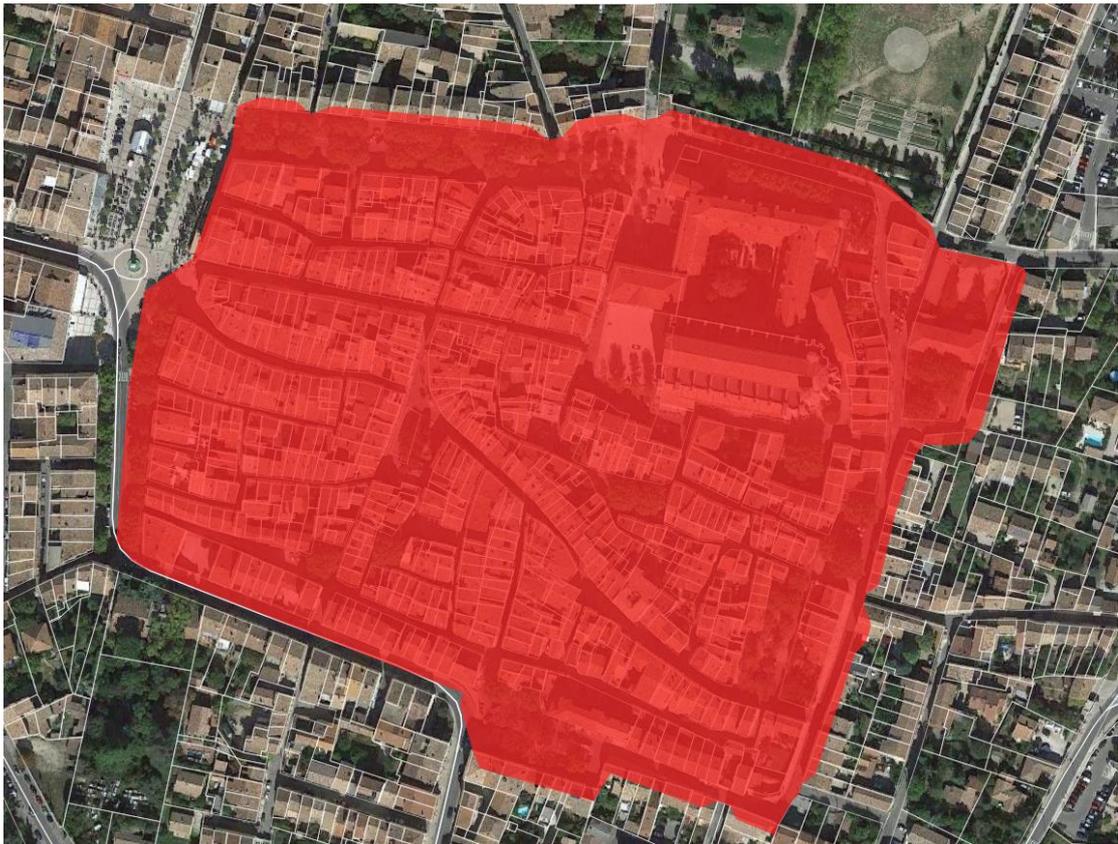
□ Bande de 20m autour des giratoires

- **La zone 1 du centre ancien historique de St-Maximin** jouie d'une ambiance villageoise au bâti dense et aux rues étroites avec de multiples activités liées au tourisme (restaurations, commerces) et quelques activités de proximités. Compte tenu des enjeux spécifique à un centre historique tels que le patrimoine architectural et historique, un zonage spécifique y a été instauré. En effet, la préservation de ce patrimoine nécessite une réglementation adaptée qui se veut par principe stricte. Le RLP de 2002 avait classé le centre historique dans une zone spécifique, la ZPR1 correspondant à l'enceinte du centre « intra-muros ».

Le nouveau RLP conserve ce zonage spécifique au centre ancien. La délimitation de la zone 1 reste identique à celle de l'ancien zonage :

- De part et d'autre du boulevard du docteur Bonfils,
- Une petite partie ouest de l'avenue de la Libération,
- De part et d'autre de la rue des Tivolis,
- De part et d'autre du boulevard Rey,
- La place Jean Mermoz,
- Le côté interne du boulevard Victor Hugo (Nord de l'axe),
- Le côté interne du boulevard Jean Jaurès (l'est de l'axe),
- Le côté interne de la place malherbe (façade Est de la place).

#### Délimitation de la zone 1 du centre ancien historique



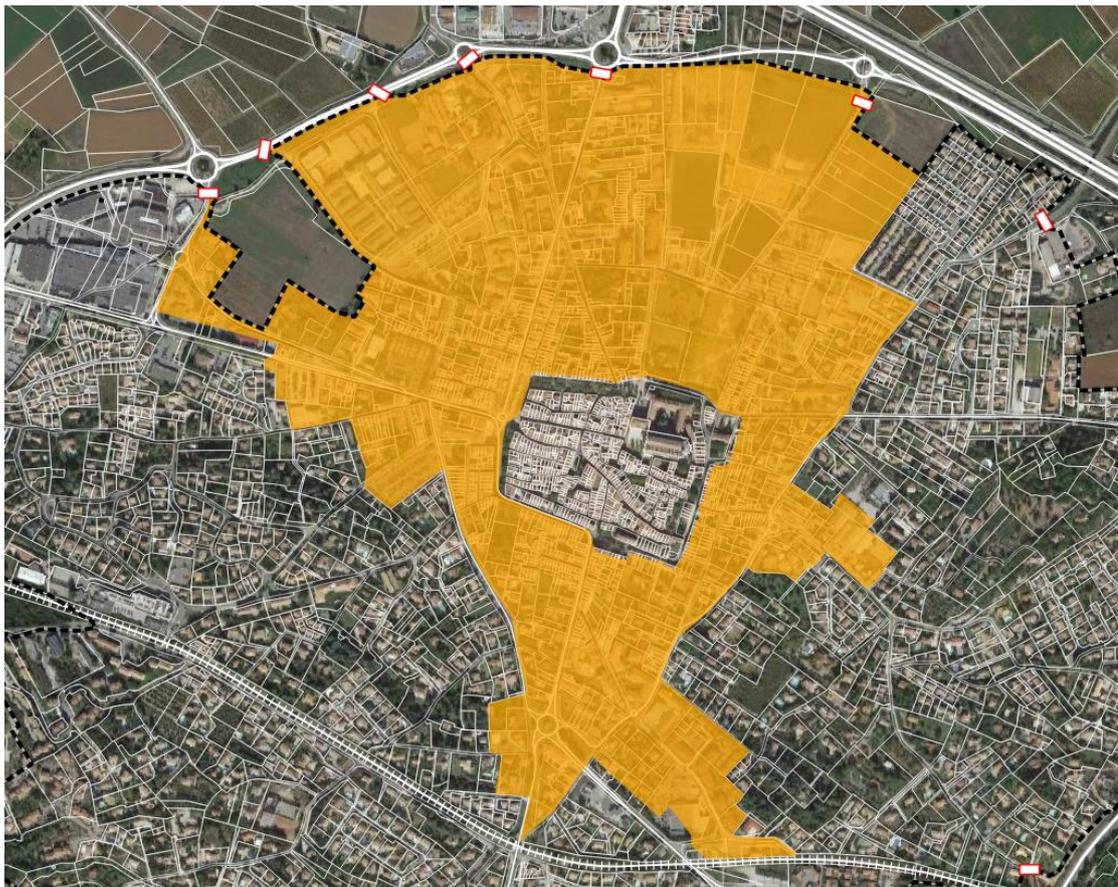
- **La zone 2 correspond au centre-ville et ses extensions** comprend à la fois :
- les extensions du centre ancien, basées sur la même typologie urbaine (îlots compacts de bâti en ordre continu, de petite taille, en R+2 ou R+3, à l'alignement des voies et sur un petit parcellaire étroit),
  - la première couronne périphérique avec une morphologie de faubourg,
  - les axes et voies secondaires de première couronne pénétrant ou contournant la ville et comprenant des activités commerciales, de services et de tourisme (restauration, hébergement...)
  - ainsi que des secteurs d'équipements scolaires, sportifs et publics.

Cette zone de centre-ville faisait l'objet de 3 zonages différents dans le RLP de 1998 (ZPR2 de l'agglomération, ZPR3 des voies de circulation principales de centre-ville et ZPR4 les pénétrantes pour le nord de l'avenue Maréchal Foch). En les regroupant, la commune a souhaité simplifier et harmoniser les règles pour cette entité urbaine qui présente au final des enjeux similaires : ce sont des secteurs urbains denses au cadre de vie et au patrimoine architectural à préserver ou à valoriser et ce sont aussi des secteurs fréquentés et à ce titre à enjeu pour l'affichage publicitaire.

La délimitation intègre ainsi les secteurs délimités sur la carte suivante et notamment les secteurs suivants, en dehors de la zone 1 du centre ancien et de la zone 3 des pénétrantes :

- L'avenue Albert 1er,
- La place malherbe,
- l'avenue du Maréchal Foch,
- le secteur du lycée Maurice Janetti,
- la rue des Poilus,
- le jardin de l'enclos,
- l'avenue de la Libération en partie,
- l'Est du Boulevard St-Jean,
- le secteur du pôle enfance Jean Doriac,
- le secteur de l'école Victor Hugo et de l'Intermarché
- le giratoire entre les routes de Marseille et de Nice
- l'avenue d'Estienne d'Orves,
- l'Est du chemin de Réal Vieux,
- le parking des Cerisiers,
- le secteur commercial d'Aldi,
- le pré de Foire,
- le secteur Mirade jusqu' à la rue du Comte.

### Délimitation de la zone 2 du centre-ville et ses extensions



- **La zone 3 correspond aux voies pénétrantes de St-Maximin** vers le centre-ville depuis les deux principales entrées de ville via la route DN7, route d'Aix et route de Brignoles. Elles bénéficient toutes deux d'une forte attractivité économique car ponctuées de secteurs commerciaux de dimension intercommunale. Elles bénéficient également d'un trafic routier important.

La délimitation de cette zone est basée sur celle du RLP 1998 en excluant l'avenue du Maréchal Foch qui, bien que conduisant également vers le centre-ville, présente une attractivité économique de dimension locale plutôt caractéristique de la zone 2 du centre-ville et de ses extensions.

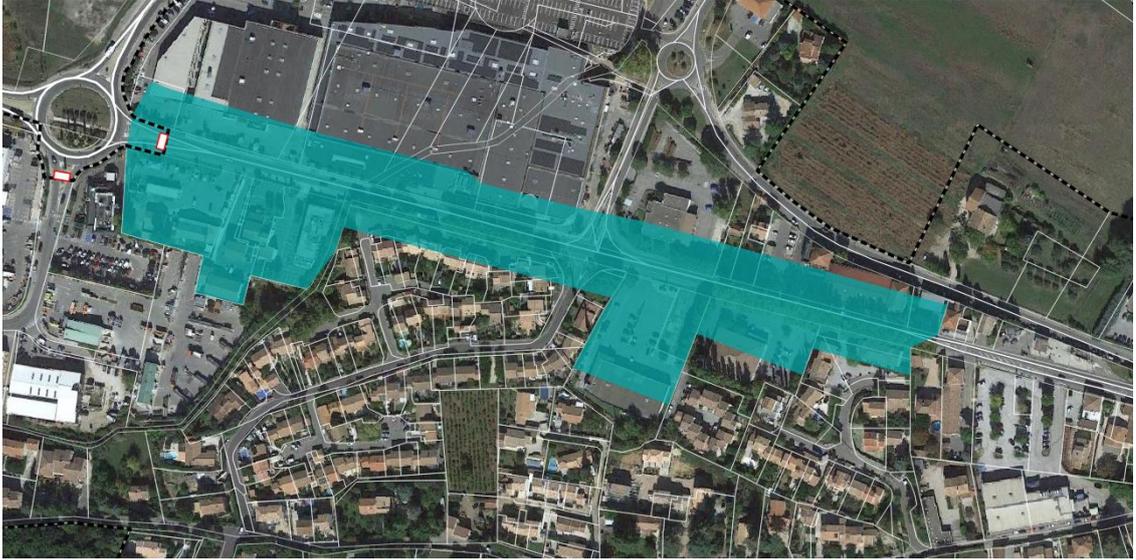
Tout comme le précédent RLP, la délimitation de la zone 3 se base en grande partie sur une bande de 20m de chaque côté de la voie considérée, calculée à partir du bord extérieur de la chaussée. Quelques secteurs commerciaux spécifiques fonctionnant directement avec les pénétrantes (accès, visibilité) sont délimités à la parcelle au-delà de la bande de 20m :

- l'entrée de ville ouest où l'on retrouve notamment des commerces de proximités (boucherie, boulangerie...), l'équipement de service public de pôle emploi, une micro-crèche
- les secteurs commerciaux de supermarché (fresh, liddl, Intermarché)
- le secteur commercial de commerce de proximité route de Nice comprenant épicerie, maraîchers, pharmacie, fleuriste, centre médical...

La délimitation entre la zone 2 du centre-ville et la zone 3 des pénétrantes s'explique par la différence de typologie des bâtiments qui possèdent, en zone 3, des façades d'immeubles

d'activités de type « hangar industriel » (bardage acier et toit plat) tandis que les façades de la zone 2, sont typique d'une zone urbaine d'habitation (façade crépie et toit 2 pans en tuiles). La pénétrante Ouest, composée du chemin d'Aix et de l'avenue Gabriel Péri, se délimite depuis le giratoire d'entrée d'agglomération jusqu'à la station essence.

#### Délimitation de la zone 3 : pénétrante ouest



La pénétrante Est de la route de Nice commence à la bretelle d'accès d'entrée depuis la RD560A et se termine au croisement avec le chemin Crois Rouge.

#### Délimitation de la zone 3 : pénétrante est



- ▶ **La zone 4 correspond aux zones d'activités de St-Maximin** qui sont implantées en entrée de ville, le long des axes de circulation importants. Le choix a été fait de les regrouper dans un même zonage car même si 2 d'entre elles sont en agglomération (ZA du chemin d'Aix et Cap Sainte-Baume) et l'autre hors agglomération (ZA de la Laouve), elles présentent les mêmes enjeux de signalisation et de protection.

Seule la ZA du chemin d'Aix faisait l'objet d'un zonage spécifique dans l'ancien RLP de 1998 (en ZPA). La zone d'activités Cap Sainte-Baume était classée dans la zone « reste de l'agglomération » (ZPR 2) et la zone de la Laouve, hors agglomération, n'était pas incluse dans le zonage du RLP.

La délimitation de la zone ZA chemin d'Aix se cantonne au secteur d'activités, celui de la ZA Cap Sainte-Baume également en excluant les secteurs en zone 3 (pénétrantes) tandis que le secteur de la ZA de La Laouve intègre les activités à l'extérieur de la ZA à proximité immédiate : la pharmacie Lafayette, l'atelier des Cuisines Copola et les activités du secteur de La Plaine de l'autre côté de la route de Barjols.

#### Délimitation de la zone 4 : les zones d'activités



- ▶ **La zone 5 correspond au reste du territoire**, en dehors des zones précitées, dans ou hors agglomération. Elle est composée principalement de quartiers résidentiels dont il convient de préserver la quiétude et l'aspect convivial de ces quartiers sans nuire à la visibilité des quelques activités présentes. Elle comporte également un environnement naturel et agricole de qualité à protéger.

### 1.3. Choix retenu pour la délimitation des autres prescriptions réglementaires

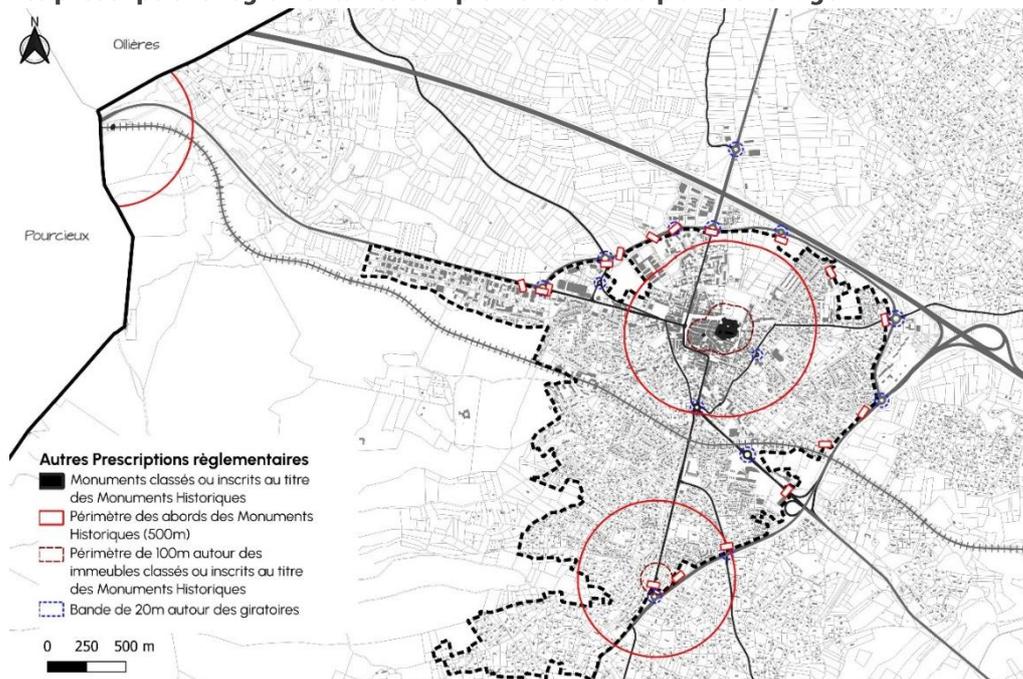
Au-delà du zonage, la commune a fait le choix de préserver davantage certains secteurs présentant des enjeux spécifiques en imposant des prescriptions réglementaires supplémentaires identifiées dans le plan de zonage :

- ▶ **Une réglementation spécifique autour des giratoires** présente dans RLP de 1998 et interdisant tout dispositif publicitaire scellé au sol dans une bande de 20 m autour de la bordure extérieure de la chaussée annulaire, a été maintenue et les giratoires concernés identifiés cartographiquement. La bande de 20m est également retranscrite sur le document du règlement graphique pour faciliter l'instruction. La distance de 20m imposée dans le règlement écrit prévaut sur la délimitation figurant au plan de zonage annexé.

Le maintien de cette disposition est nécessaire pour éviter de surcharger les giratoires de dispositifs publicitaires et nuire ainsi à la qualité du cadre de vie de ces espaces, notamment au regard des panoramas sur le grand paysage et sur les massifs, des cônes de vue sur la Basilique et des aménagement paysagers de qualité aux abords des giratoires comprenant parfois des œuvres d'art (sculpture) à préserver.

- ▶ **Une réglementation spécifique autour des monuments historiques** a été définie, afin de préserver spécifiquement les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques et leur cadre paysager. Ces monuments historiques font partie de l'identité de St-Maximin et jouent pour certains, un rôle de vitrine touristique de la ville qu'il est primordiale de préserver. Les monuments ainsi que les cônes de vue sur ces derniers sont donc davantage protégés par une réglementation renforcée des enseignes murales situées à moins de 100m et dans le champ de visibilité de ces immeubles : elles seront autorisées uniquement sous la forme de lettres peintes ou découpées. L'interdiction de la publicité est également maintenue à moins de 100m et dans le champ de visibilité des monuments historiques. Ce périmètre est clairement identifié dans le plan de zonage annexé au RLP même si, le règlement écrit prévaut sur la délimitation figurant au plan de zonage.
- ▶ **La protection des abords des monuments historiques du règlement national**, illustrée dans le plan de zonage pour information du public. Il s'agit soit :
  - de périmètres délimités des abords, créés sur proposition de l'Architecte des Bâtiments de France ou de l'autorité compétente en matière de PLU et donc adapté aux enjeux. Il n'existe à ce jour pas de périmètre délimité des abords sur le territoire communal.
  - de la servitude automatique de 500 m autour du monument historique, dites servitude d'abord. Pour être concerné par la réglementation au titre des abords des monuments historiques, il est nécessaire que le dispositif soit donc à moins de 500m du monument historique et qu'ils soient visibles depuis ce monument ou visibles en même temps que lui (*article L.621-30 du code du patrimoine*).

#### Les prescriptions réglementaires complémentaires du plan de zonage



## 2. Explication des choix réglementaires retenus

Le règlement est composé de règles générales communes à l'ensemble du territoire et de règles spécifiques aux zones et secteurs identifiés. Le règlement du RLP révisé se base sur les dispositions réglementaires du précédent RLP de 1998 en les adaptant à l'évolution de la loi, au développement urbain et économique de la ville et en répondant aux objectifs et enjeux de la commune identifiés dans le diagnostic.

### 2.1. Zone 1 : Le centre ancien historique

L'enjeu de cette zone est de préserver le patrimoine bâti du centre historique et de protéger les vues sur les monuments historiques tout en répondant au besoin de visibilité des commerçants.

#### ► **Publicités et préenseignes**

Le RLP de 1998 interdisait la publicité dans cette zone sauf sur le mobilier urbain. Le diagnostic de terrain a bien montré l'absence de publicités et de préenseignes dans le centre ancien. Le diagnostic a révélé qu'aucune publicité n'est présente sur le mobilier urbain. Cette absence de publicité préserve le centre historique et valorise le patrimoine urbain et architectural.

Afin de maintenir cette situation, le projet de RLP révisé renforce donc la protection de ce secteur à fort enjeu en interdisant également la publicité et les préenseignes sur le mobilier urbain.

#### Principales règles retenues pour la zone 1 du RLP

<b>Publicités et préenseignes</b>
<b>Interdites (y compris sur mobilier urbain)</b>

#### ► **Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol : interdites**

Les dispositifs scellés au sol, que ce soit de la publicité, des préenseignes ou des enseignes font partie de ceux impactant le plus la qualité des paysages urbains et naturels. Au vu de l'enjeu fort de préservation et de valorisation du centre ancien, le choix a été fait d'interdire complètement les enseignes scellées au sol dans la zone 1 ; d'autant plus que dans cette zone, les établissements peuvent plus facilement être visibles avec l'utilisation des enseignes murales.

#### ► **Enseignes murales**

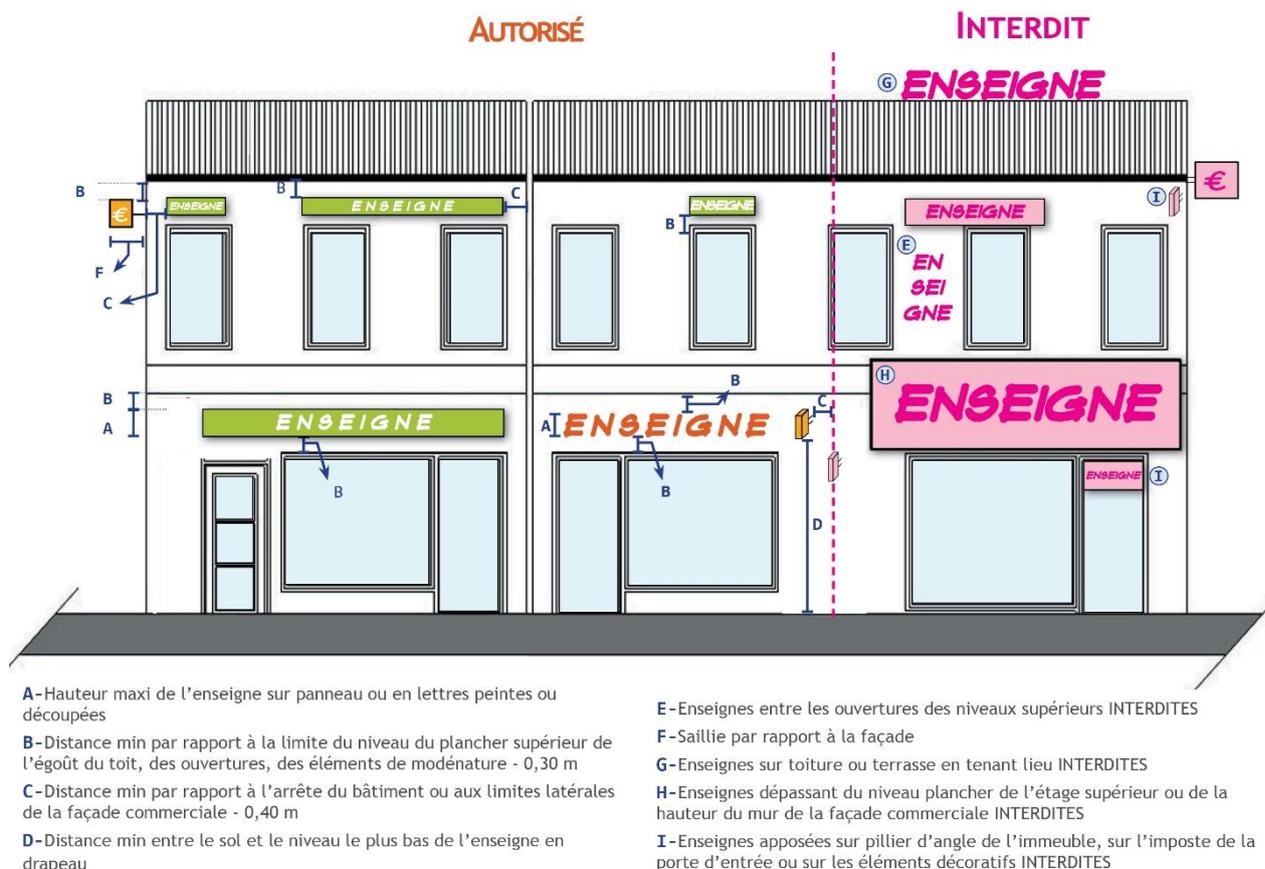
Le précédent RLP de 1998 était relativement souple sur la réglementation des enseignes en se référant essentiellement sur la réglementation nationale et en autorisant des dimensions jusqu'à 32m<sup>2</sup>.

Le nouveau RLP encadre davantage les enseignes afin d'améliorer leurs intégrations dans le tissu urbain et architectural : adaptation des règles au contexte urbain (tissu et typologie urbaine) et à la situation commerciale (gabarit des bâtiments, visibilité, fréquentation). Le règlement des enseignes s'est donc considérablement étoffé et il est dorénavant organisé selon les types d'enseignes murales (en bandeau, en drapeau, des activités à l'étage, sur les lambrequins et les stores-banne, sur les clôtures. Au vu des enjeux de préservation, l'interdiction générale des enseignes sur toiture instaurée par le RLP de 1998, est maintenue dans le nouveau RLP et les enseignes numériques, fortement impactantes, sont également interdites.

Pour le centre historique, l'enjeu phare est de préserver la qualité architecturale des façades.

Ainsi, le positionnement des enseignes sur la façade a donc été réglementé plus précisément dans le règlement afin d'avoir un cadre général qui respecte les lignes de compositions verticales et horizontales de l'immeuble sur lequel les enseignes murales sont installées. Ainsi, les enseignes doivent être apposées au niveau de la façade où s'exerce l'activité. Elles doivent s'aligner ou se centrer par rapport à la vitrine commerciale lorsqu'elle existe, et ne pas couper la lecture des rez-de-chaussée. Ces règles de positionnement des enseignes murales sur la façade ont été généralisées à l'ensemble des zones du RLP car la préservation de la qualité architecturale du bâti, qu'il soit historique ou d'activité, est primordiale sur l'ensemble du territoire pour préserver la qualité des paysages et le cadre de vie de St-Maximin.

**Schéma d'implantation des enseignes murales**



Dans le centre historique, la commune a également fait le choix de limiter le nombre d'enseignes parallèles à 1 par façade, et de réduire les dimensions des enseignes imposées par la loi en diminuant le ratio des enseignes murales de 25% à 15% de la façade commerciale pour les petites façades inférieure à 50m<sup>2</sup>. Les enseignes perpendiculaires (en drapeau) ont également été limitées en surface et les enseignes à l'étage supprimée (elles pourront seulement se signaler par une plaque de rue positionnée à l'entrée de l'immeuble) au regard du fort impact qu'induisent ces deux types d'enseigne sur le cadre de vie urbain.

**Principales règles retenues pour la zone 1 du RLP**

Taille des façades	Ratio	Enseignes parallèles	
		Nombre	Dimensions
F < 50m <sup>2</sup>	15 %	1/établissement	h : 0,3m
F ≥ 50m <sup>2</sup>	20%	1/F	l : largeur de la vitrine

<b>Enseignes perpendiculaires</b>		<b>Activités à l'étage</b>		<b>Enseignes scellées au sol</b>	
<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>
1/étab.	H x l x e : 0,6x0,6x0,15 m Saillie : 0,7 m	<b>Interdites</b>		<b>Interdites</b>	
<b>Enseignes sur store-bannes et lambrequins</b> Au RDC uniquement		<b>Enseignes sur toitures</b>		<b>Enseignes sur clôtures</b>	
<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>
1 mention/face en RDC caractères 20 cm et 0,60 m <sup>2</sup>		<b>Interdites</b>		<b>Interdite</b>	

## 2.2. Zone 2 : Le centre-ville et ses extensions

Les enjeux de préservation du cadre de vie urbain, de la qualité architecturale du bâti et des cônes de vue sur la Basilique sont les enjeux forts de cette zone, en continuité du centre historique.

### ► **Publicités et préenseignes**

Une grande partie du centre-ville se trouve dans le périmètre des abords de 500 m autour des Monuments Historiques dont celui de la Basilique Sainte-Madeleine ou toutes publicités en covisibilité sont interdites par le règlement national de publicité. Le RLP de 1998 interdisait toutes publicités à moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits. Il interdisait également la publicité scellée au sol sur les voies principales du centre-ville et autorisait seulement les publicités murales sur mur aveugle.

Le diagnostic de terrain a montré l'absence de publicité scellée au sol dans le centre-ville et très peu de publicités murales. Il a également révélé l'impact des publicités murales sur clôture, quelles que soient les dimensions du dispositif.

Le nouveau RLP a pour objectif de renforcer la qualité du cadre de vie du centre-ville en :

- ✘ Maintenant l'interdiction des publicités scellées au sol, excepté celles apposées sur le mobilier urbain,
- ✘ Interdisant les publicités murales sur les murs de clôture,
- ✘ Limitant la densité des publicités ou préenseignes murales en autorisant seulement 1 publicité par façade aveugle supérieure à 50m<sup>2</sup>,
- ✘ Réduisant les dimensions de la publicité ou de la préenseigne murale sur mur aveugle de 12m<sup>2</sup> à 2 m<sup>2</sup>.

### Principales règles retenues pour la zone 2 du RLP

<b>Publicités et préenseignes scellées au sol</b>		<b>Publicités et préenseignes murales</b>		<b>Publicités et préenseignes sur mobilier urbain</b>
<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Dimensions</b>
<b>Interdites</b>		1/ façade aveugle >50m <sup>2</sup>	S : 2m <sup>2</sup> et 10% de la façade	S : 2 m <sup>2</sup> H : 3m Interdistance : 50m

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

Les dispositifs scellés au sol, que ce soit de la publicité, des préenseignes ou des enseignes font partie de ceux impactant le plus le cadre de vie. Au vu de l'enjeu fort de préservation et de valorisation du centre-ville, le choix a été fait d'interdire complètement les enseignes scellées au sol dans la zone 2 ; d'autant plus que dans cette zone, les établissements peuvent plus facilement être visibles avec l'utilisation des enseignes murales et que la SIL peut également être utilisée.

► **Enseignes murales**

Le précédent RLP de 1998 était relativement souple sur la réglementation des enseignes en se référant essentiellement sur la réglementation nationale et en autorisant des dimensions jusqu'à 32m<sup>2</sup>.

Le projet de RLP, pour le centre-ville, revoit à la baisse la dimension maximale des enseignes. Une réglementation plus adaptée au contexte urbain et architectural est définie selon le type d'enseigne. Dans la continuité du centre historique, l'interdiction générale des enseignes sur toiture instaurée par le RLP de 1998, est maintenue dans le nouveau RLP et les enseignes numériques, fortement impactantes, sont également interdites.

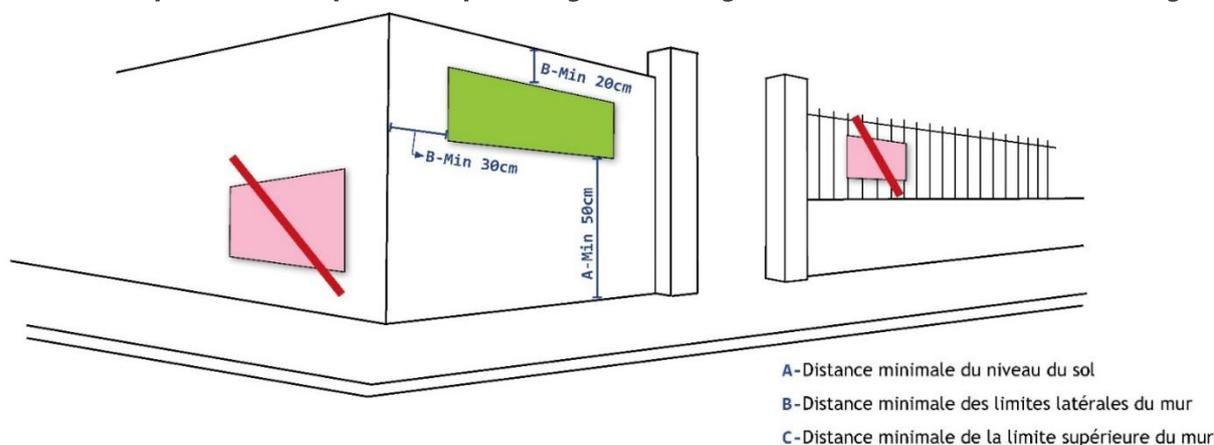
Les règles de positionnement des enseignes sur la façade, expliquées en zone 1, sont intégrées dans les dispositions générales du règlement du RLP et s'appliquent donc à l'ensemble du territoire dont la zone 2 du centre-ville.

La commune a également fait le choix de limiter, dans le centre-ville, le nombre d'enseignes parallèles à 1 par façade ou 2 s'il y a 2 vitrines pour les façades supérieures à 50m<sup>2</sup>, et de réduire les dimensions des enseignes imposées par la loi en diminuant le ratio des enseignes murales de 25% à 20% de la façade commerciale pour les petites façades inférieures à 50m<sup>2</sup>.

Les enseignes perpendiculaires (en drapeau) ainsi que les enseignes à l'étage, dont l'impact est plus fort, ont également été limitées en surface.

Les enseignes sur clôture ont été autorisées dans le centre-ville mais uniquement sur une clôture aveugle et si l'établissement est non visible depuis la voie ouverte à l'établissement. Leur dimension est réduite et leur positionnement est strictement encadré afin de ne pas nuire au cadre de vie urbain du centre-ville.

**Schéma d'implantation des publicités, préenseignes et enseignes murales sur mur de clôture aveugle**



**Principales règles retenues pour la zone 2 du RLP**

<b>Taille des façades</b>		<b>Ratio</b>	<b>Enseignes parallèles</b>			
			<b>Nombre</b>		<b>Dimensions</b>	
<b><math>F &lt; 50m^2</math></b>		20%	1/établissement		h : 0,4m l : largeur de la vitrine S : 6m <sup>2</sup> cumulés pour F ≥ 50m <sup>2</sup>	
<b><math>F \geq 50m^2</math></b>		15%	1/F ou 2 si 2 vitrines			
<b>Enseignes perpendiculaires</b>		<b>Activités à l'étage</b>		<b>Enseignes scellées au sol</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	
1/F donnant sur voie	H x l x e : 0,8x0,8x0,15 m Saillie : 0,8 m	1/ étab.	S : 2m <sup>2</sup>	<b>Interdites</b>		
<b>Enseignes sur store-bannes et lambrequins</b> Au RDC uniquement		<b>Enseignes sur toitures</b>		<b>Enseignes sur clôtures</b> Si étab. non visible et sur clôture aveugle		
1 mention/face en RDC caractères 20 cm et 1m <sup>2</sup>		<b>Interdites</b>		<b>Nombre</b>	<b>Dimensions</b>	
				1/UF	1m <sup>2</sup>	

**2.3. Zone 3 : Les voies pénétrantes**

L'enjeu fort sur les 2 pénétrantes de la commune est d'apporter de la qualité aux entrées de villes en encadrant particulièrement les dispositifs scellés au sol. En effet, le diagnostic de terrain a révélé l'impact du cumul des dispositifs scellés au sol (publicité scellée au sol, publicité sur mobilier urbain, totem d'enseigne, préenseigne scellée au sol) sur ces axes qui nuisent à la qualité des entrées de ville de Saint-Maximin.

**► Publicités et préenseignes**

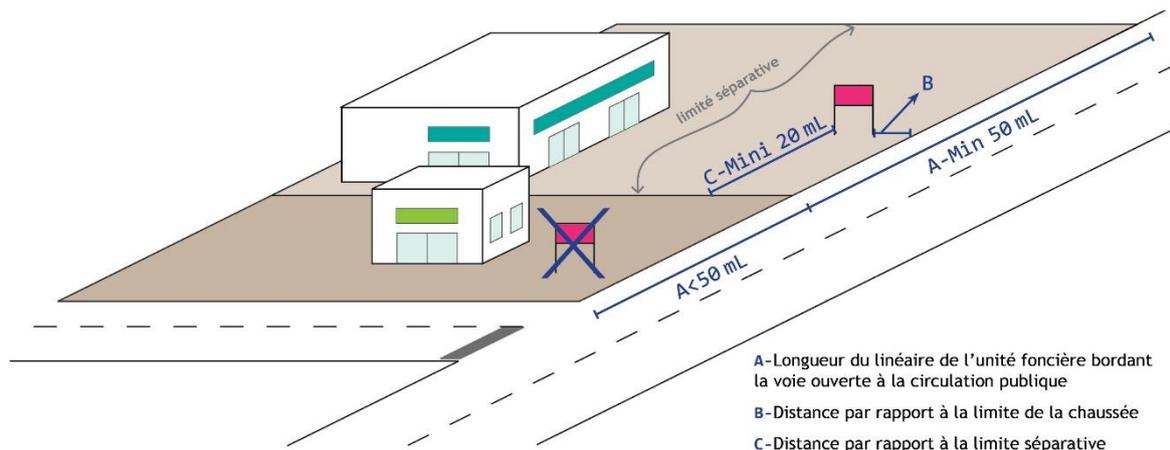
Le RLP de 1998 autorisait, sur ces axes, la publicité sous toutes ses formes (scellée au sol, murale, sur mobilier urbain) jusqu'à 12m<sup>2</sup>. 1 publicité scellée au sol était autorisée par unité foncière dont le linéaire de façade par voie ouverte à la circulation publique était supérieur à 50 m.

La révision du RLP permet d'encadrer davantage les publicités autorisées sur ces axes pour diminuer leur impact et ainsi améliorer la qualité des entrées de ville en :

- ✘ réduisant les dimensions des publicités de 12 m<sup>2</sup> à 4 m<sup>2</sup>,
- ✘ limitant leur hauteur à 4 m,
- ✘ encadrant davantage l'implantation des publicités apposées sur les murs de clôture : respecter 50 cm par rapport au sol (RNP), 20 cm par rapport à la limite supérieure et 30 cm par rapport aux limites latérales du mur (même règle d'implantation que les enseignes murales sur clôture, cf. schéma précédent).

Le nouveau RLP permet également de gérer autrement que par l'interdistance, l'implantation des publicités scellées au sol. En effet, la règle d'interdistance de 50 m entre deux dispositifs établie par le précédent RLP s'avère compliquée à gérer dans l'application sur le terrain et assez inégalitaire (1<sup>er</sup> arrivé = 1<sup>er</sup> servit !). Le règlement du RLP révisé supprime la notion d'interdistance et encadre l'implantation des publicités scellées au sol en imposant une distance minimale de 20m des limites séparatives afin de maintenir un minimum de 40m entre 2 dispositifs publicitaires.

## Schéma d'implantation des publicités et des préenseignes scellées au sol



Le maintien de l'interdiction des publicités et des préenseignes dans une bande de 20 m autour de la bordure extérieure de la chaussée annulaire des giratoires permet également de gérer la qualité des entrées de ville de ces deux pénétrantes et de ne pas nuire à la sécurité routière.

## Principales règles retenues pour la zone 3 du RLP

Publicités et préenseignes scellées au sol		Publicités et préenseignes murales		Publicités et préenseignes sur mobilier urbain
Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions	Dimensions
1/UF dont le linéaire de façade bordant la voie > 50m	S : 4 m <sup>2</sup> H : 4m	1/ façade aveugle >50m <sup>2</sup>	S : 4m <sup>2</sup> et 10% de la façade S : 1m <sup>2</sup> et 10% du mur de clôture	S : 2 m <sup>2</sup> H : 3,5m Interdistance : 50m

## ► Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les dispositifs scellés au sol, que ce soit de la publicité, des préenseignes ou des enseignes font partie de ceux impactant le plus le cadre de vie. Au vu de l'enjeu fort de préservation et de valorisation des entrées de ville, le choix a été fait d'autoriser 1 enseigne scellée au sol par unité foncière longeant les pénétrantes, **à condition que les établissements ne soient pas visibles depuis la voie ou en retrait de plus de 20m** de la voie ouverte à la circulation publique.

De plus, le règlement du RLP réduit les dimensions des enseignes scellées au sol autorisées à une surface de 1 m<sup>2</sup> maximum et une hauteur maximum de 3 m alors qu'elles n'étaient pas réglementées par le précédent RLP de 1998 et qu'elles pouvaient donc atteindre 12 m<sup>2</sup> et 8 m de haut.

## ► Enseignes murales

Le précédent RLP de 1998 était relativement souple sur la réglementation des enseignes en se référant essentiellement sur la réglementation nationale et en autorisant des dimensions jusqu'à 32m<sup>2</sup>.

Tout comme les autres secteurs, l'objectif du nouveau RLP étant une meilleure intégration des enseignes au sein du tissu urbain et architectural, il encadre de manière adaptée les enseignes

murales. Il maintient l'interdiction générale des enseignes sur toiture instaurée par le RLP de 1998, et les enseignes numériques, fortement impactantes, sont également interdites.

Les règles de positionnement des enseignes sur la façade, expliquées en zone 1, sont intégrées dans les dispositions générales du règlement du RLP et s'appliquent donc à l'ensemble du territoire dont la zone 3 des pénétrantes.

Pour permettre une bonne visibilité des activités tout en préservant la qualité des axes d'entrée de ville, les enseignes parallèles ont été adaptées en dimension et en nombre par rapport à la taille des façades des activités. Jusqu'à deux enseignes par façade pourront être autorisées et des surfaces cumulées d'enseignes parallèles devront être respectées en plus du ratio de la réglementation nationale.

Les enseignes perpendiculaires (en drapeau) ainsi que les enseignes à l'étage, dont l'impact est plus fort, ont également été limitées en surface.

Les enseignes sur clôture ont été autorisées sur les pénétrantes mais uniquement sur une clôture aveugle, si l'établissement est non visible depuis la voie ouverte à l'établissement et s'il n'existe pas d'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol sur l'unité foncière afin de ne pas surcharger les voies d'entrée de ville. Leur dimension est réduite et leur positionnement est strictement encadré afin de ne pas nuire à la qualité paysagère (cf. schéma d'implantation dans zone 1).

#### Principales règles retenues pour la zone 3 du RLP

Taille des façades		Ratio	Enseignes parallèles		
			Nombre	Dimensions	Surface cumulée
$F < 50 \text{ m}^2$		25%	1/F ou 2 si 2 vitrines		8 m <sup>2</sup>
<b>Entre 50m<sup>2</sup> et 200m<sup>2</sup></b>		15%	2/F		10 m <sup>2</sup>
$F \geq 200 \text{ m}^2$					12 m <sup>2</sup>
Enseignes perpendiculaires		Activités à l'étage		Enseignes scellées au sol Si non visible ou en retrait de plus de 20m de la voie	
Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions
1/F donnant sur voie	S : 1m <sup>2</sup> Saillie : 1 m	1/ étab.	S : 2 m <sup>2</sup>	1/UF Regroupé sur 1 totem si plusieurs activités par UF	1 m <sup>2</sup> 2m <sup>2</sup> pour totem regroupant plusieurs activités H : 3m
Enseignes sur store-bannes et lambrequins Au RDC uniquement		Enseignes sur toitures		Enseignes sur clôtures Si étab. non visible, sur clôture aveugle et si pas d'enseigne scellée au sol	
		Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions
1 mention/face en RDC caractères 25 cm et 1,25m <sup>2</sup>		Interdites		1/UF	1m <sup>2</sup>

## 2.4. Zone 4 : Les zones d'activités

Les 3 secteurs classés en zones d'activités dans le RLP sont situés en entrée de ville et constituent la première image de la ville lorsqu'on arrive sur le territoire communal. Ils jouent, à ce titre, un rôle important de vitrine dont il convient de garantir la qualité paysagère.

Le projet de RLP s'adapte à la particularité des zones d'activités en édictant des règles différentes du centre-ville ou des zones d'habitat.

### **Rappel des enjeux :**

- ✘ **Adapter le zonage** en intégrant les zones d'activités de la Laouve et Cap Sainte Baume au zonage des zones d'activités.
- ✘ **Porter une réflexion globale sur les dispositifs enseignes scellés au sol** afin d'éviter l'effet cumulatif impactant les axes et leurs perspectives ;
- ✘ Définir des règles relatives aux **enseignes adaptées** aux façades des activités présentes ;
- ✘ Porter une réflexion sur la nécessité de maintenir ou d'interdire la publicité dans les zones d'activités ;
- ✘ Maintenir la qualité des zones de la Laouve et de Cap Ste Baume en les intégrant au RLP.

### ► **Publicités et préenseignes**

Le diagnostic de terrain a révélé qu'aujourd'hui ces zones d'activités sont globalement bien préservées et n'impactent pas les entrées de ville grâce à l'interdiction de publicité visible depuis les routes publiques hors agglomération (RDN7 et RD560).

La concertation avec les commerçants et professionnels des zones d'activités du chemin d'Aix et de la Laouve a conclu à une extension de l'interdiction de la publicité à l'intérieure de ces ZA afin de valoriser les enseignes et maintenir la qualité paysagère de la zone de la Laouve et de Cap Sainte Baume et améliorer de celle du chemin d'Aix.

Le projet de révision de RLP a ainsi interdit la publicité dans ces 3 zones d'activités (zone 4) où l'enjeu principal étant d'améliorer la qualité paysagère et de rendre plus lisible les enseignes commerciales et professionnelles installées sur ces lieux.

### **Principales règles retenues pour la zone 4 du RLP**

<b>Publicités et préenseignes</b>
<b>Interdites</b>

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

Dans le même souci d'amélioration de la qualité paysagère, les dispositifs scellés au sol ou apposés sur le sol seront davantage encadrés par le RLP révisé car ils font partie des dispositifs impactant le plus le paysage. En effet, bien que la loi limite les enseignes scellées au sol supérieures à 1m<sup>2</sup> à 1 seul dispositif donnant sur voie ouverte à la circulation, l'absence de limite pour celle inférieure à 1m induit un grand nombre de dispositifs.

Ainsi seule 1 enseigne scellée au sol ne sera autorisée par établissement et sa dimension sera réduite de 12 m<sup>2</sup> et 8 m de hauteur à 2 m<sup>2</sup> et 4 m de hauteur. Dans le cas où plusieurs établissements exercent leurs activités dans le même immeuble, ils devront partager le dispositif scellé au sol. Ce dernier sera obligatoirement sous forme de totem et aura des dimensions plus généreuses jusqu'à 4m<sup>2</sup>.

### ► Enseignes murales

Le précédent RLP de 1998 était relativement souple sur la réglementation des enseignes en se référant essentiellement sur la réglementation nationale et en autorisant des dimensions jusqu'à 32m<sup>2</sup>. Aucune distinction de règle par rapport aux différents dispositifs d'enseigne possible (parallèle, perpendiculaire...) n'était intégrée au règlement.

Le règlement du nouveau RLP pour les zones d'activités s'est étoffé et s'est adapter aux spécificités des activités de ces zones. Au regard des enjeux de préservation, l'interdiction générale des enseignes sur toiture instaurée par le RLP de 1998, est maintenue dans le RLP révisé et des enseignes numériques, fortement impactantes, sont également interdites.

Les règles de positionnement des enseignes sur la façade, expliquées en zone 1, sont intégrées dans les dispositions générales du règlement du RLP et s'appliquent donc à l'ensemble du territoire dont la zone 4 des zones d'activités.

Pour permettre une bonne visibilité des activités, les enseignes parallèles ont été adaptées en nombre par rapport à la superficie des façades des immeubles : de 1 enseigne à 3 enseignes, par façade, suivant la taille de la façade commerciale. La commune a fait le choix de ne pas réglementer les surfaces cumulées et de laisser uniquement les ratios du règlement national pour ne pas trop contraindre les établissements des zones d'activités.

Les enseignes perpendiculaires (en drapeau) ainsi que les enseignes à l'étage, dont l'impact est plus fort, ont également été limitées en surface.

Les enseignes sur clôture ont été interdites dans les zones d'activité, car elles se trouvent non nécessaires du fait de l'autorisation d'une enseigne scellée au sol.

#### Principales règles retenues pour la zone 4 du RLP

Taille des façades		Ratio	Enseignes parallèles				
			Nombre		Dimensions		
F < 50 m <sup>2</sup>		25%	1/F ou 2 si 2 vitrines		NR		
Entre 50 m <sup>2</sup> et 200 m <sup>2</sup>		15%	2/F				
F ≥ 200 m <sup>2</sup>			3/F				
Enseignes perpendiculaires		Activités à l'étage				Enseignes scellées au sol	
Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions		
1/tranche de 10ml de F dans la limite de 2/étab.	S : 1m <sup>2</sup> Saillie : 1 m	1/ étab.	S : 2 m <sup>2</sup>	1/UF Regroupé sur 1 totem si plusieurs activités par UF	2 m <sup>2</sup> 4m <sup>2</sup> pour totem regroupant plusieurs activités H : 4m		
Enseignes sur store-bannes et lambrequins Au RDC uniquement		Enseignes sur toitures		Enseignes sur clôtures Si étab. non visible et sur clôture aveugle			
		Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions		
1 mention/face en RDC caractères 25 cm et 1,25m <sup>2</sup>		Interdites		Interdites			

## 2.5. Zone 5 : Le reste du territoire

La zone du reste du territoire est composée de quartiers résidentiels, d'espaces naturels, agricoles et d'axe routier d'entrée de ville à préserver. Il s'agit d'une zone à faibles enjeux publicitaire à préserver en raison de son cadre de vie de qualité, des vues sur le Grand Paysage ou la Basilique Ste-Marie-Madeleine.

### ► *Publicités et préenseignes*

Afin de préserver le cadre de vie, toutes publicités et préenseignes sont interdites dans cette zone, à l'exception des publicités sur mobilier urbain dans le périmètre de l'agglomération et des préenseignes dérogatoires et temporaires situées hors agglomération.

#### Principales règles retenues pour la zone 5 du RLP

<i>Publicités et préenseignes scellées au sol</i>		<i>Publicités et préenseignes murales</i>		<i>Publicités et préenseignes sur mobilier urbain</i>
<i>Nombre</i>	<i>Dimensions</i>	<i>Nombre</i>	<i>Dimensions</i>	<i>Dimensions</i>
<b>Interdites</b>				<p><b>En agglomération</b> S : 2 m<sup>2</sup> H : 3m Interdistance 50m</p> <p><b>Hors agglomération</b> Les préenseignes dérogatoires et temporaires sous condition</p>

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

Les dispositifs scellés au sol, que ce soit de la publicité, des préenseignes ou des enseignes font partie de ceux impactant le plus le cadre de vie et les paysages de bord de route. Au vu de l'enjeu fort de préservation du cadre de vie préservé de la zone 5, le choix a été fait de n'autoriser qu'une enseigne scellée au sol par unité foncière longeant les axes routiers et **uniquement si les établissements ne sont pas visibles depuis la voie ou en retrait de plus de 20m.**

De plus, le règlement du RLP réduit les dimensions des enseignes scellées au sol autorisées à une surface de 1 m<sup>2</sup> maximum et une hauteur maximum de 2 m alors qu'elles étaient non réglementées par le précédent RLP de 1998 et qu'elles pouvaient donc atteindre 12 m<sup>2</sup> et 8 m de haut.

### ► *Enseignes murales*

Des prescriptions adaptées aux enjeux de ces secteurs sensibles ont été définis aussi restrictives que le centre historique.

Pour permettre une bonne visibilité des activités située le long des axes résidentiels ou des voies hors agglomération sans pour autant nuire au cadre de vie de qualité (paysage naturel et espace résidentiel), le nombre et la taille des enseignes parallèles ont été réduits pour une meilleure intégration. Les activités de plus grandes tailles peuvent cependant installer jusqu'à deux enseignes par façade commerciale dans la limite de 12 m<sup>2</sup> de surface cumulée.

Les enseignes perpendiculaires (en drapeau) ainsi que les enseignes à l'étage, dont l'impact est plus fort, ont également été limitées en surface.

Les enseignes sur clôture ont été autorisées mais uniquement sur une clôture aveugle, à condition que l'établissement soit non visible depuis la voie ouverte à l'établissement et s'il n'existe pas d'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol sur l'unité foncière afin de ne pas surcharger les voies résidentielles et les voies d'entrée de ville. Leur dimension est réduite et leur positionnement est strictement encadré afin de ne pas nuire au cadre de vie de ces secteurs préservés (cf. schéma d'implantation dans zone 1).

#### Principales règles retenues pour la zone 5 du RLP

Taille des façades		Ratio	Enseignes parallèles				
			Nombre		Dimensions		
$F < 50 \text{ m}^2$		20%	1/F		h : 0,6m l : largeur de la vitrine S : 12m <sup>2</sup> cumulés pour $F \geq 50 \text{ m}^2$		
$F \geq 50 \text{ m}^2$		15%	1/F ou 2 si 2 vitrines				
Enseignes perpendiculaires		Activités à l'étage				Enseignes scellées au sol	
Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions
1/F donnant sur voie	H x l x e : 0,8x0,8x0,15 m Saillie : 0,8 m	1/ étab.	S : 1m <sup>2</sup>	1/UF Regroupé sur 1 totem si plusieurs activités par UF	1 m <sup>2</sup> 2m <sup>2</sup> pour totem regroupant plusieurs activités H : 2m		
Enseignes sur store-bannes et lambrequins Au RDC uniquement		Enseignes sur toitures				Enseignes sur clôtures Si étab. non visible et sur clôture aveugle et si pas d'enseigne scellée au sol	
		Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions	Nombre	Dimensions
1 mention/face en RDC caractères 20 cm et 0,60m <sup>2</sup>		Interdites		1/UF	1m <sup>2</sup>		

### 3. Synthèse du règlement

#### Principales règles relatives à la publicité et aux préenseignes

Zones du projet de RLP révisé		PUBLICITE			PREENSEIGNES	
		lumineuse	non lumineuse ou éclairée par projection ou par transparence			
			scellée au sol non lumineuse	murale non lumineuse		Sur mobilier urbain
Centre ancien historique	Zone 1	Interdit	interdit			Idem que pub (pas de cumul publicité et préenseigne)
Centre-ville et ses extensions	Zone 2		interdit	<b>Implantation :</b> - sur <b>mur aveugle</b> - Interdit sur mur de clôture <b>Nombre max :</b> 1/façade (pas de cumul publicité et préenseigne) >50m <sup>2</sup> <b>Surface :</b> 2m <sup>2</sup>	<b>Surface :</b> 2 m <sup>2</sup> <b>Hauteur:</b> 3m <b>Interdistance :</b> 50m	
Voies pénétrantes	Zone 3		<b>Nombre max :</b> 1/UF dont le linéaire de façade bordant une voie ouverte à la circulation publique > 50m (pas de cumul publicité et préenseigne) <b>Surface :</b> 4 m <sup>2</sup> <b>Hauteur:</b> 4m <b>Distance des limites séparatives :</b> 20m	<b>Implantation :</b> - sur <b>mur aveugle</b> : 4 m <sup>2</sup> - sur <b>mur de clôture aveugle</b> : 1 m <sup>2</sup> + encadrer leur implantation par rapport au sol (50cm) et au limite du mur (30cm) <b>Nombre max :</b> 1/façade (pas de cumul publicité et préenseigne) > 50 m <sup>2</sup>	<b>Surface :</b> 2 m <sup>2</sup> <b>Hauteur:</b> 3,5m <b>Intedistance :</b> 50m	
Zones d'activités	Zone 4		Interdit			
Reste du territoire	Zone 5		Interdit	<b>En agglomération :</b> <b>Surface :</b> 2 m <sup>2</sup> <b>Hauteur:</b> 3m <b>Interdistance :</b> 50m		
					Interdit sauf les préenseignes	
					Idem que pub sauf les préenseignes dérogatoires et les préenseignes temporaires hors agglo sous condition	

## Principales règles retenues relatives aux enseignes

Zones du projet de RLP révisé		ENSEIGNES															sur toiture ou terrasse en tenant lieu		
		Enseignes murales													Scellée au sol				
		Ratio des enseignes murales		Parallèles ou en bandeau				Perpendiculaire ou en drapeau			Activités à l'étage		lambrequin storebanne :	Sur clôture		Nombre		Surface max	Hauteur max
		F < 50m <sup>2</sup>	F > 50 m <sup>2</sup>	Nombre et Surface maximum			Dimension de l'enseigne	Nombre	Dimension	Saillie	Type	Surface	1 mention/face en rdc	Nombre	Dimension				
		F < 50m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup> < F < 200m <sup>2</sup>	F > 200m <sup>2</sup>															
Centre ancien historique	Zone 1	15%		Nombre: 1/étab.	Nombre: 1/étab. ou /F		Hauteur : 0,3m Largeur de la vitrine	1/étab	0,6 x 0,6 x 0,15 max	0,7	interdit		Surface: 0,60m <sup>2</sup> Hauteur: 0,20m	interdit		interdit (utilisation de la SIL si non visible)			
Centre-ville et ses extensions	Zone 2	20%		Nombre: 1/F	Nombre: 1/F ou 2 si 2 vitrines/F Surface: 6 m <sup>2</sup> cumulés		Hauteur : 0,4m Largeur de la vitrine	1/F donnant sur voie ouverte à la circulation publique	0,8 x 0,8 x 0,15 max	0,8	// :2 m <sup>2</sup>	Surface: 1m <sup>2</sup> Hauteur: 0,20m	1/voie ne dépassant pas de la clôture	1 m <sup>2</sup>	1/UF seulement si non visible ou en retrait de la voie publique (20 m) & regroupés sur un totem si plusieurs activités par UF 1 m <sup>2</sup> ou 2 si totem qui regroupe plusieurs 3 m				
Voies pénétrantes	Zone 3	25%	15%	Nombre: 1/F ou 2 si 2 vitrines/F Surface: 8 m <sup>2</sup> cumulés	Nombre: 2 Surface: 10 m <sup>2</sup> cumulés	Nombre: 2 Surface: 12 m <sup>2</sup> cumulés	Hauteur : 0,6m Largeur de la vitrine		1	1			Au choix 1 // ou ⊥					Surface: 1,25m <sup>2</sup> Hauteur: 0,25m	- sur clôture aveugle - si activité non visible depuis la voie - si pas d'enseigne scellée au sol
Zones d'activités	Zone 4			Nombre : 1/F ou 2 si 2 vitrines/F	Nombre: 2	Nombre: 3	-	1/tranche de 10ml de F dans la limite de 2/étab.			Interdit		1/UF seulement si non visible ou en retrait de la voie publique (20 m) & regroupés sur un totem si plusieurs activités par UF 1 m <sup>2</sup> ou 2 si totem qui regroupe plusieurs 2m						
Reste du territoire	Zone 5	20%		Nombre: 1/F	Nombre: 1/F ou 2 si 2 vitrines/F Surface : 12 m <sup>2</sup> cumulés		Hauteur : 0,6 Largeur de la vitrine	1/F donnant sur voie ouverte à la circulation publique	0,8 x 0,8 x 0,15 max	0,8	1 m <sup>2</sup>	Surface: 0,60m <sup>2</sup> Hauteur: 0,20m				1/voie ne dépassant pas de la clôture	1 m <sup>2</sup>		

Partie IV :

# Résumé non technique

---

Le présent RLP encadre le développement et l'implantation des dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes sur la commune de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume. Il établit des règles qui permettent aux opérateurs économiques de se signaler tout en préservant le patrimoine et le paysage communal.

Le diagnostic a mis en avant 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 5 zones :

**1.** Sur le centre ancien historique de St-Maximin, l'objectif est de préserver le patrimoine bâti et historique, ainsi que les perceptions dans les rues étroites et le cône de vue sur la Basilique classée au titre des monuments historiques. Ainsi, le centre ancien se voit préservé de la publicité, des préenseignes et des enseignes scellées au sol. La taille, le nombre, l'implantation et la forme des enseignes (lettres peintes ou découpées) ont été règlementés pour limiter le masquage des façades et la mise en valeur de leur architecture.

**2.** Le centre-ville de St-Maximin est constitué de larges boulevards et faubourgs. L'objectif est de préserver son cadre de vie et de favoriser l'intégration des enseignes sur les bâtiments parfois anciens. La typologie du bâti permet la mise en place d'enseignes de taille plus importante que dans le centre ancien. Les enseignes scellées au sol sont également interdites en centre-ville.

**3.** La RDN7 forme une double pénétrante d'entrée de ville (Est et Ouest), particulièrement impactée par les dispositifs scellés au sol. L'objectif est de dédensifier cette vitrine de Saint-Maximin et de préserver le cadre de vie de cet axe fortement fréquenté en raison du trafic routier conséquent et des nombreux commerces, services et équipements publics en place le long de cette voie. Ainsi, le périmètre du présent zonage intègre les 20m de part et d'autre de la chaussée des pénétrantes et prend en compte les quelques poches d'activités commerciales qui bordent et fonctionnent avec cet axe. Les dispositifs scellés au sol (publicités et enseignes) sont dédensifiés dans ces secteurs d'activités, et sont réduits en taille. Les enseignes parallèles sont quant-à-elles adaptées en taille et en nombre aux activités présentes et à la taille de leur façade commerciale, de manière à répondre au mieux aux besoins des opérateurs économiques.

**4.** La qualité des zones d'activités a été préservée par un encadrement plus strict des dispositifs impactant le plus le cadre de vie. La publicité a été interdite sous toutes ses formes, ce qui permet d'être conforme à la réglementation nationale (notamment avec l'article R.581-31 du code de l'environnement) et de préserver les espaces naturels et les pénétrantes qui bordent les zones d'activités ainsi que les vues sur le paysage et la Basilique classée au titre des Monuments Historiques. Le nombre des enseignes scellée au sol est dorénavant encadrer et leur taille des a été réduite. Les enseignes parallèles sont quant-à-elles adaptées en taille et en nombre aux activités présentes et à la taille de leur façade commerciale, de manière à répondre au mieux aux besoins des opérateurs économiques.

**5.** Enfin, en dehors de ces zones, le reste du territoire comprend majoritairement des quartiers résidentiels, des espaces naturels et agricoles à préserver. La publicité est interdite dans cette zone, de même que les préenseignes sauf les préenseignes dérogatoires hors agglomération. Les enseignes scellées au sol ne sont qu'exceptionnellement autorisées pour les activités non visibles depuis les voies ouvertes à la circulation publique. Les enseignes murales sont limitées en nombre et en taille.