



PRÉFET DES ALPES-MARITIMES

Direction départementale des territoires et de la mer  
des Alpes-Maritimes  
Service aménagement urbanisme et paysage  
Pôle transition énergétique et paysage

Affaire suivie par : Jean-Pierre Kettela

☎ 04.92.60.76.02

✉ [ddtm-cdnps@alpes-maritimes.gouv.fr](mailto:ddtm-cdnps@alpes-maritimes.gouv.fr)

*COMMISSION DEPARTEMENTALE  
DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES (CDNPS)  
SEANCE du mercredi 18 septembre 2019 – 10h00 – Salle 1013 (Erignac)*

La commission départementale de la nature, des paysages et des sites s'est réunie le 18 septembre 2019 dans sa formation « de la publicité » ainsi que dans sa formation « de la nature » sous la présidence de monsieur Serge Castel, directeur départemental des territoires et de la mer des Alpes-Maritimes, représentant monsieur le préfet des Alpes-maritimes, empêché.

Conformément à l'ordre du jour, les dossiers suivants ont été examinés :

**Formation « de la publicité »**

**10h00 : Biot**

projet arrêté de règlement local de publicité (RLP)

**10h20 : Mandelieu**

projet arrêté de règlement local de publicité (RLP)

**Formation « de la nature »**

**10h45 : Carros**

projet d'arrêté de protection de biotope concernant le vallon obscur de Carros (en rive droite du Var)

**11h05 : Aspremont, Castagniers, Colomars, Levens, Nice, la Roquette-sur-Var, Saint-Blaise, Saint-Martin-du-Var**

projet d'arrêté de protection de biotope concernant les vallons obscurs de la basse vallée du Var (en rive gauche du Var)

**11h25 : La Turbie**

Centre d'entraînement de l'AS Monaco

Demande d'autorisation concernant la mise en place de dispositifs de protection contre la chute de blocs rocheux en limite de périmètre de l'arrêté de protection de biotope « Falaises de la Riviera »

## **Formation « de la publicité »**

Étaient présents ou représentés :

### **1<sup>er</sup> collègue**

- Monsieur Serge Castel, directeur départemental des territoires et de la mer (DDTM) représentant monsieur Bernard Gonzales, préfet des Alpes-Maritimes et détenant le mandat de la direction départementale de la protection des populations (DDPP) ;
- Madame Françoise Reboulot, direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL) ;
- Monsieur Luc Albouy, service territorial de l'architecture et du patrimoine (STAP) et détenant le mandat de la direction régionale des affaires culturelles (DRAC) ;
- Monsieur Jean-Roch Langlade, chef du service aménagement urbanisme et paysage de la DDTM par intérim et détenant le mandat de la sous-préfecture de Grasse ;

### **2<sup>e</sup> collègue**

- Madame Sophie Deschaintres, conseillère départementale ;
- Madame Valerie Sergi, conseillère départementale ;

### **3<sup>e</sup> collègue**

- Monsieur Jean-Pierre Clarac, paysagiste concepteur ;
- Monsieur Pierre-Jean Abraini, directeur adjoint du CAUE ;
- Monsieur Jacques Gleye, clcv association cadre de vie ;
- Monsieur Christophe Dubly, secrétaire du bureau du groupement des associations de défense des sites et de l'environnement de la Côte d'Azur (GADSECA) ;
- Monsieur Denis Perrimond, président de l'association région verte ;

### **4<sup>e</sup> collègue**

- Monsieur Alban de Grendel, société Clear Channel France ;
- Monsieur Patrice Quesne, groupe JC Decaux ;

Étaient excusés :

### **2<sup>e</sup> collègue**

- Monsieur Gerald Lombardo, conseiller départemental ;
- Monsieur Roger Roux, maire de Beaulieu-sur-Mer.

Après décompte des membres présents, il apparaît que le quorum est réuni en formation « de la publicité ».

## **10h00 : Biot**

projet de révision du règlement local de publicité (RLP) arrêté

Représentant : EVEN Conseil (bureau d'études) ; Alison Lefranc-Jullien – ville de Biot

Rapporteur : DDTM/SAUP

### **• Rappel du contexte législatif**

Le code de l'environnement a prévu que la commune peut élaborer sur l'ensemble de son territoire un règlement local de publicité qui adapte les dispositions, concernant la publicité, définies aux articles L. 581-9, L. 581-10 (notamment les prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat relatives aux procédés, dispositifs utilisés, caractéristiques des supports publicitaires en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien et, pour la publicité lumineuse, d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses ainsi que les prescriptions relatives aux conditions d'utilisation comme supports publicitaires du mobilier urbain installé sur le domaine public). Il est élaboré conformément aux procédures d'élaboration des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme.

Ce règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Il confère notamment au maire, outre l'instruction des demandes relatives à l'affichage extérieur, la compétence en matière de police de la publicité.

Aux termes des dispositions de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, « *le projet de règlement arrêté par la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites* ».

Par ailleurs, les règlements locaux de publicité en vigueur à la date de publication de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement deviennent caducs à compter du 14 juillet 2020.

### **• Le projet**

Dotée d'un règlement local de publicité (RLP) depuis 2010, la commune de Biot a souhaité procéder à sa révision afin notamment de mettre en conformité le règlement avec les dispositions réglementaires aujourd'hui en vigueur et de renforcer les règles encadrant la publicité sur son territoire.

Les interdictions absolues de la publicité s'appliquent sur les monuments historiques classés ou inscrits (chapelle Saint-Roch, église Sainte-Marie Madeleine et le monument de la chèvre d'or), ainsi que sur les arbres ; les interdictions relatives, quant à elles, (le RLP peut prévoir des dérogations à titre exceptionnel), s'appliquent dans les sites inscrits ("Bande côtière de Nice à Théoule" et "village de Biot") ainsi qu'aux abords des monuments historiques classés ou inscrits (dans un périmètre d'un rayon de 500 mètres autour de chacun des trois monuments historiques de la commune ainsi que dans le périmètre de protection de la bastide du Roy, monument historique situé sur le territoire de la commune limitrophe d'Antibes).

Les publicités et préenseignes (quelles qu'en soit leurs caractéristiques ou le lieu où elles sont installées) sont interdites sur le territoire de la commune à l'exception des dispositifs de petit format autorisés dans trois zones ainsi que sur le mobilier urbain

pouvant recevoir de la publicité (dans la limite de 2 m<sup>2</sup> ou 4 m<sup>2</sup> de surface unitaire) ou encore dans le centre historique (dans la limite de 0,5 m<sup>2</sup> de surface).

Les enseignes sont interdites (quelles qu'en soit leurs caractéristiques ou le lieu où elles sont apposées) à l'exception de celles respectant des règles de densité et de dimensions limitées.

A noter que les enseignes sur store-banne ou auvent (autorisées dans 4 zones) ne sont autorisées que sur les parties « tombantes ».

Par ailleurs, la plage d'extinction des enseignes lumineuses est étendue à la période comprise entre 23 heures et 7 heures (le code de l'environnement a prévu que les enseignes lumineuses soient éteintes entre 1 heure et 6 heures).

Le rapporteur clôt son exposé en proposant un avis favorable au dossier.

- **L'engagement des débats**

Monsieur Patrick Chagneau (1<sup>er</sup> adjoint au maire) précise que l'objectif poursuivi par la commune a été, en concertation avec les partenaires économiques comme avec les associations environnementales, d'une part de procéder à un « nettoyage » du territoire et notamment des entrées de ville comme celle du bord de mer où la publicité s'était développée de façon « anarchique », d'autre part de rendre le règlement concernant le centre ancien effectivement applicable.

Monsieur Patrice Quesne fait observer que l'édiction de règles par trop restrictives n'est pas la panacée et risque de créer des mécontents parmi les commerçants. Madame Françoise Reboulot rappelle que l'interdiction (relative) de la publicité dans les sites inscrits ainsi qu'aux abords des monuments historiques a été posée par la volonté du législateur et non par la commune qui, par le biais de l'élaboration de son propre RLP, a justement voulu réintroduire, sous certaines conditions, la publicité. Monsieur Patrice Quesne estime que pour autant, cela n'empêchera pas la pose de dispositifs publicitaires illégaux. Monsieur Patrick Chagneau répond que des contrôles seront mis en place par la commune.

Madame Sophie Deschaintres souhaite connaître les mesures que la commune entend engager vis-à-vis des panneaux illégaux notamment dans les entrées de ville comme dans le quartier de Biot 3000. Monsieur Patrick Chagneau répond que dès l'adoption du RLP, il sera procédé à des échanges avec les entreprises de publicité visant à obtenir un accord sur la mise en conformité des panneaux. En l'absence d'accord, la commune exercera alors pleinement sa compétence en matière de police de la publicité. Par ailleurs, un nouveau type de mobilier sera mis en place pour accueillir les enseignes. Madame Deschaintres déplore l'absence par le passé de mesures de contrôles ainsi que les difficultés d'application du règlement actuel en raison d'une rédaction inadéquate. L'application effective d'un règlement exige la recherche de solutions adaptées.

Monsieur Stéphane Gaffori fait remarquer que méconnaître les besoins des professionnels de la publicité, c'est favoriser la mise en place d'un affichage « sauvage ».

Selon monsieur Patrick Chagneau, la recherche de toujours plus de place est un « réflexe classique » parmi les publicitaires alors que la commune a fait le choix de la qualité plutôt que de la quantité afin de préserver l'identité de la commune. Monsieur Stéphane Gaffori rappelle que jusqu'ici, le groupe JC Decaux jouissait d'une

concession avec la ville et fait part de sa crainte que le développement de la concurrence n'ouvre la place à des opérateurs irrespectueux.

Monsieur le directeur départemental des territoires et de la mer (DDTM) déplore le fait que les arguments avancés par les professionnels de la publicité ne soient pas à la hauteur de la volonté de la commune de Biot qui vise, (en accord avec les services de l'Etat), à la maîtrise du développement de la publicité sur son territoire (y compris, le cas échéant, par des actions de police).

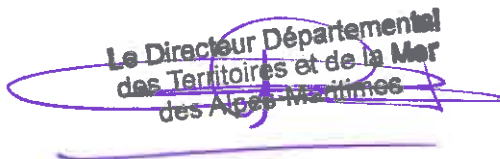
Monsieur Denis Perrimond fait observer que le projet de règlement tend à encadrer le nombre comme la superficie des panneaux afin de minimiser leur impact dans le paysage. Il souhaite savoir si la commune a défini un ratio qui traduirait cette « diminution » générale. Monsieur Patrick Chagneau répond que la motivation première de la commune a consisté à mettre un terme au développement anarchique de panneaux publicitaires de formats différents (plutôt que de définir un rapport de surface entre panneaux) et qu'au final, une diminution en nombre des panneaux ne se traduit pas nécessairement par une diminution en superficie.

Monsieur Christophe Dubly souligne le fait que la ville de Biot forme un territoire stratégique, une charnière entre littoral et moyen-pays. A cet égard, il estime que la route de Valbonne (qui certes, n'est pas couverte par la protection des abords des monuments historiques) ne devrait cependant pas accueillir de la publicité alors qu'elle y est permise sur le mobilier urbain. Selon lui, la publicité devrait y être limitée aux seuls abri-bus. Monsieur l'architecte des bâtiments de France fait observer que la commune « a la main » sur le mobilier urbain. Monsieur Patrick Chagneau ajoute que le nombre d'abri-bus sur cette route est limité. Madame Françoise Reboulot précise que les abri-bus constituent un type de mobilier urbain spécifique ayant pour fonction principale l'accueil des voyageurs et comme fonction accessoire la publication d'informations municipales.

En l'absence de questions supplémentaires, monsieur le DDTM, président de la séance, invite les membres de la commission à se prononcer.

### Avis de la commission

A la majorité des voix, en prenant en compte trois abstentions, les membres émettent un avis favorable.

  
Le Directeur Départemental  
des Territoires et de la Mer  
des Alpes-Maritimes

Serge CASTEL

## **10h20 : Mandelieu**

projet arrêté de règlement local de publicité (RLP)

Représentant : GOPUB Conseil (bureau d'études) ; Frédérique Moreux – ville de Mandelieu

Rapporteur : DDTM/SAUP

### **• Rappel du contexte législatif**

Le code de l'environnement a prévu que la commune peut élaborer sur l'ensemble de son territoire un règlement local de publicité qui adapte les dispositions, concernant la publicité, définies aux articles L. 581-9 L. 581-10 (notamment les prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat relatives aux procédés, dispositifs utilisés, caractéristiques des supports publicitaires en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien et, pour la publicité lumineuse, d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses ainsi que les prescriptions relatives aux conditions d'utilisation comme supports publicitaires du mobilier urbain installé sur le domaine public). Il est élaboré conformément aux procédures d'élaboration des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme.

Ce règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Il confère notamment au maire, outre l'instruction des demandes relatives à l'affichage extérieur, la compétence en matière de police de la publicité.

Aux termes des dispositions de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, « *le projet de règlement arrêté par la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites* ».

Par ailleurs, les règlements locaux de publicité en vigueur à la date de publication de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement deviennent caducs à compter du 14 juillet 2020.

### **• Le projet**

Deux zones susceptibles d'accueillir la publicité sont prévues (zone patrimoniale à préserver, zone d'activités) sur le territoire communal qui est par ailleurs traversé par l'autoroute A8.

Les interdictions absolues de la publicité s'appliquent dans le site classé « Massif de l'Estérel oriental », sur le monument historique du château de la Napoule et ses jardins, sur les arbres ; les interdictions relatives, quant à elles, (le RLP peut prévoir des dérogations à titre exceptionnel), s'appliquent dans le site inscrit « Bande côtière de Nice à Théoule » ainsi qu'aux abords du monument historique classé ou inscrit (dans un périmètre de 500 mètres de rayon autour du château de la Napoule et ses jardins).

Dans la première zone, il est prévu de circonscrire la publicité uniquement au mobilier urbain ainsi qu'aux bâches de chantier.

A noter que la publicité numérique est autorisée sur le mobilier urbain à condition que les images soient fixes.

Dans la seconde zone sont autorisées : la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol d'une surface de 8 m<sup>2</sup> d'affiche et 10,5 m<sup>2</sup> hors tout assortie d'une condition de distance minimale d'au moins 250 m entre affiches, la publicité numérique d'une surface de 4 m<sup>2</sup> jusqu'à une hauteur de 6 m ainsi que la publicité supportée à titre accessoire sur le mobilier urbain.

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires aux murs, sur clôture et respectant des règles de densité et de hauteur limitées sont autorisées dans les deux zones. Dans la zone patrimoniale, sont en outre autorisées celles scellées au sol respectant certaines règles de densité, de dimensions et de hauteur limitées.

A noter que les enseignes numériques sont interdites. Par ailleurs, la plage d'extinction des enseignes lumineuses est comprise entre 22 heures et 6 heures.

Après avoir précisé que le projet de règlement aurait gagné en lisibilité si une troisième zone (spécifique au secteur de la Napoule) avait été créée notamment pour la justification de règles plus strictes, le rapporteur émet trois réserves sur le projet : la première concernant le secteur de la Napoule où la publicité numérique sur le mobilier urbain devra clairement être interdite, la seconde sur la nécessité de réduire la taille des dispositifs (en hauteur comme en surface) supportant la publicité numérique jugée trop impactante, la troisième concernant le mobilier urbain pour lequel il est nécessaire d'introduire une règle de densité.

- **L'engagement des débats**

Monsieur l'architecte des bâtiments de France rappelle à toutes fins utiles que le législateur a interdit la publicité dans les sites inscrits où seules certaines dérogations peuvent être accordées à titre exceptionnel. Aussi, il conviendra de limiter la hauteur de la publicité numérique, extrêmement impactante dans le paysage, à seulement 2,50 mètres. Par ailleurs, toute publicité numérique ne devra pas excéder une surface de 2 m<sup>2</sup>. La représentante de la commune fait savoir qu'un arrêté du maire sera pris pour chaque publicité numérique.

Monsieur Christophe Dubly évoque un point du règlement qui interdit les enseignes numériques et s'étonne, dès lors, que la publicité numérique dont on ne peut ignorer l'extrême agressivité, soit autorisée. La représentante de la commune répond que ce point a fait l'objet d'un débat au sein de l'équipe municipale d'où il est apparu que si les enseignes numériques pouvaient dénaturer les façades des bâtiments, il était en revanche opportun d'introduire la publicité numérique sur les abri-bus pour ne pas se retrouver « à la traîne » de la commune limitrophe, à savoir la ville de Cannes. Monsieur l'architecte des bâtiments de France fait observer que la publicité numérique hors abri-bus ne saurait être tolérée.

Monsieur Jean-Pierre Clarac rappelle la nécessité de tendre vers la sobriété dans le paysage : autant il est acceptable de recevoir de l'information dans une place publique ou à un carrefour, autant cela devient insupportable en pleine nature ou dans un lotissement.

Monsieur Patrice Quesne, après avoir rappelé que la publicité contribuait au financement des abri-bus, souhaite évoquer deux points : le premier concernant l'interdiction de la publicité dans un périmètre d'un rayon de 500 mètres autour des monuments historiques, le second visant l'interdiction nocturne de la publicité notamment les dispositifs numériques entre 22 heures et 6 heures. D'une part, il estime opportune la possibilité de réintroduire la publicité à seulement 100 mètres autour des monuments historiques, d'autre part, il conviendrait de réduire la plage d'extinction des publicités lumineuses à la période entre 1 heure et 6 heures notamment pendant la période estivale.

Monsieur l'architecte des bâtiments de France rappelle le régime dérogatoire qui prévaut dans les sites inscrits qui n'est pas compatible avec une extension de la publicité.

Monsieur Denis Perrimond ajoute que peu de monde circule dans la commune après 22 heures. Madame Françoise Reboulot est dubitative sur le fait que la vie nocturne s'interrompte à 22 heures et estime qu'en été, cet horaire peut sembler assez prématuré.

Monsieur Christophe Dubly ainsi que la représentante de la commune demandent si le dossier ne pourrait pas être représenté ultérieurement afin de le modifier en conséquence. Madame Françoise Reboulot rappelle qu'une fois arrêté, le projet de RLP ne pourra être modifié qu'après l'enquête publique et sur la seule base des éléments retenus par le commissaire enquêteur ainsi que ceux développés par les personnes publiques associées.

Monsieur le DDTM, président de la séance, propose de soumettre le projet au vote assorti des réserves émises par le service territorial de l'architecture et du patrimoine (STAP).

### Avis de la commission

A la majorité des voix, en prenant en compte un vote défavorable et trois abstentions, les membres émettent un avis favorable assorti des réserves suivantes :

- l'interdiction de la publicité numérique dans le secteur de la Napoule devra être clairement exprimée ;
- la taille des dispositifs publicitaires numériques devra être limitée à une hauteur de seulement 2,50 mètres (soit la hauteur d'un abri-bus) ainsi qu'à une surface de 2 m<sup>2</sup> maximum et ce, quelle que soit la zone ;
- une règle de densité sur le mobilier urbain devra être posée.

Le Directeur Départemental  
des Territoires et de la Mer  
des Alpes-Maritimes

Serge CASTEL