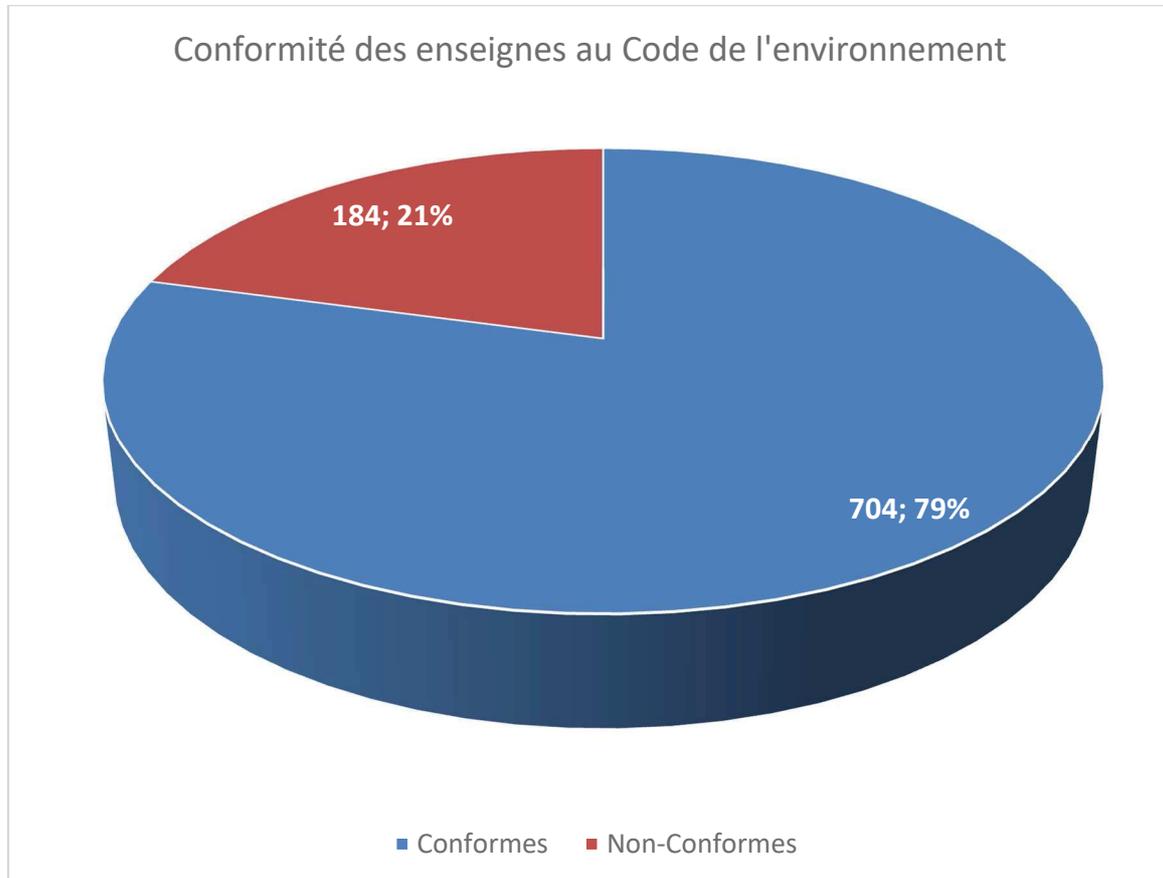


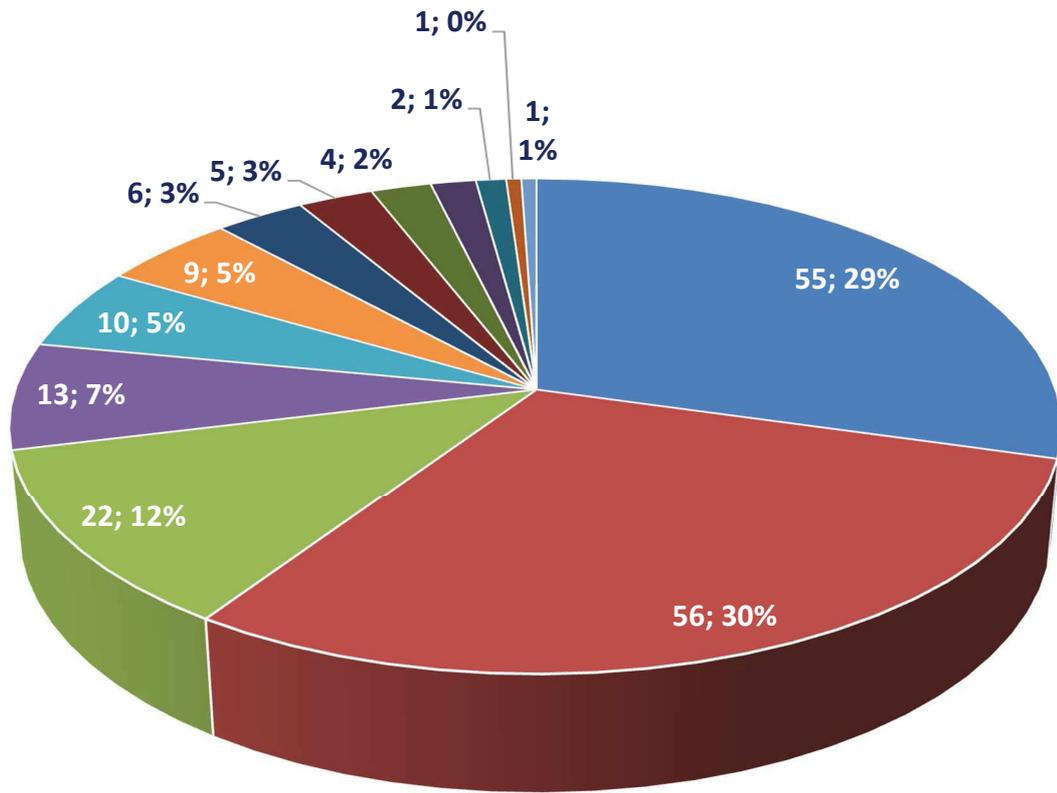
4. Les infractions relevées

L'échantillonnage des enseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'enseignes non conformes au code de l'environnement.



On constate que 184 enseignes sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 21% des enseignes de Cannes. Trois enseignes sont non conformes à deux articles du code de l'environnement, c'est pourquoi on relève au total 187 dispositifs non conformes.

Répartition des infractions



- Plus d'une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (R.581-64 C. env.)
- Façade saturée des enseignes (R.581-63 C. enc.)
- Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées (R.581-62 C. env.)
- Dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit (R.581-60 C. env.)
- Mauvais état d'entretien (R.581-58 C. env.)
- Non-respect de la règle H/2 (R.581-64 C. env.)
- Surface supérieure à 12 mètres carrés (R.581-65 C. env.)
- Saillie supérieure à 2 mètres (R.581-61 C. env.)
- Dépasse des limites du mur (R.581-61 C. env.)
- Enseigne perpendiculaire au mur interdite sur balcon (R.581-61 C. env.)
- Enseigne clignotante interdite (sauf service d'urgence. C. env. R.581-59 C. env.)
- Enseigne sur auvent de plus d'un mètre de haut (R.581-60 C. env.)
- Hauteur supérieure à 6,5 ou 8 mètres de hauteur (R.581-65 C. env.)

Les principales infractions concernent les enseignes scellées ou sur le sol dont le nombre est supérieure à un le long de chacun la circulation publique où s'exerce l'activité signalée²⁸. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux sur des mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ». On relève 55 dispositifs dans ce cas.



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré en surnombre, Cannes, Mars 2018



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré en surnombre, Cannes, Mars 2018

²⁸ Article R.581- 64 du code de l'environnement



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré en surnombre, Cannes, Mars 2018



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré en surnombre, Cannes, Mars 2018

Et les façades saturées d'enseignes et ne respectent pas le seuil en façade (ou 25% dans le cas de façade commerciale < 50 m²) concernées par cette règle.



Façade saturée d'enseignes, Cannes, Mars 2018



Façade saturée d'enseignes, Cannes, Mars 2018

29 L'article R581-63 du code de l'environnement précise que si la surface commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m², la surface cumulée peut être portée à 25% de la surface totale de cette façade.



Façade saturée d'enseignes, Cannes, Mars 2018



Façade saturée d'enseignes, Cannes, Mars 2018

Les enseignes sur toiture ont un impact paysager très important d'entre-elle sont réalisées avec un panneau de fond ce qui est l'environnement³⁰. Ce dernier précise que les enseignes sur toiture doivent être réalisées en lettres découpées.



Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées, Cannes, Mars 2018



Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées, Cannes, Mars 2018

³⁰ Article R581-62 du code de l'environnement



Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées, Cannes, Mars 2018



Enseigne sur toiture réalisée sans lettres découpées, Cannes, Mars 2018

Il existe également 13 enseignes parallèles dépassant les limites du toit³¹.



Enseigne dépassant des limites du mur, Cannes, Mars 2018



Enseigne dépassant des limites du mur, Cannes, Mars 2018

31 Article R.581-60 du code de l'environnement



Enseigne dépassant des limites de l'égout du toit, Cannes, Mars 2018



Enseigne dépassant des limites du mur, Cannes, Mars 2018

Le code de l'environnement préconise également que les enseignes soient maintenues en bon état de fonctionnement et d'entretien, ce qui n'est pas respecté par cette règles³².



Enseigne en mauvais état d'entretien, Cannes, Mars 2018



Enseigne en mauvais état d'entretien, Cannes, Mars 2018

32 Article R.581-58 du code de l'environnement



Enseigne en mauvais état d'entretien, Cannes, Mars 2018



Enseigne en mauvais état d'entretien, Cannes, Mars 2018

9 enseignes scellées au sol ou installées directement sur le moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété



Enseigne scellée au sol implantée à moins de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, Cannes, Mars 2018



Enseigne scellée au sol implantée à moins de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, Cannes, Mars 2018



Enseigne scellée au sol implantée à moins de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, Cannes, Mars 2018

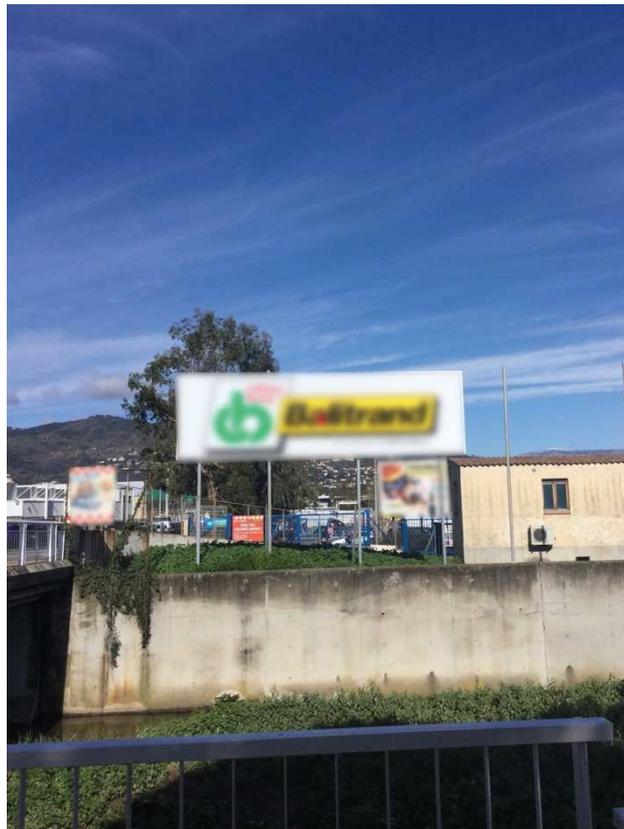


Enseigne scellée au sol implantée à moins de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, Cannes, Mars 2018

La surface de 6 enseignes scellées au sol ou installées sur le sol à une hauteur de plus de 8 mètres



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus de 12 mètres carrés, Cannes, Mars 2018



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus de 12 mètres carrés, Cannes, Mars 2018

³⁴ Article R581-65 du code de l'environnement



Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus de 12 mètres carrés, Cannes, Mars 2018

Concernant les enseignes perpendiculaires au mur, 5 ont une saillie supérieure à 2 mètres, 4 dépassent la limite supérieure du mur où elles sont apposées et 3 enseignes de cette catégorie sont apposées devant une fenêtre ou un balcon³⁵.



Enseigne perpendiculaire dont la saillie dépasse 2 mètres, Cannes, Mars 2018

³⁵ Article R.581-61 du code de l'environnement



Enseigne perpendiculaire dont la saillie dépasse 2 mètres, Cannes, Mars 2018



Enseigne perpendiculaire dépassant des limites du mur, Cannes, Mars 2018



Enseigne perpendiculaire apposée sur balcon interdite, Cannes, Mars 2018



Enseigne perpendiculaire apposée sur balcon interdite, Cannes, Mars 2018

A noter, que l'on relève une enseigne clignotante qui ne coïncide pas avec le service d'urgence et une enseigne sur auvent dont la hauteur dépasse



Enseigne clignotante interdite, sauf service d'urgence, Cannes, Mars 2018



Enseigne sur auvent de plus d'un mètre de hauteur, Cannes, Mars 2018

³⁶ Article R.581-59 et R.581-60 du code de l'environnement.

III. Les enjeux paysagers liés à la publicité extérieure

Au-delà de la réglementation en vigueur sur le territoire évoquée précédemment, il apparaît d'autres problématiques en matière de publicité que seule la mise en place d'un RLP pourra appréhender.

Problématique n°1 : La réintroduction des publicités et des préenseignes sur des secteurs ou celles-ci sont interdites par le Code de l'environnement³⁷

La Commune de Cannes étant couverte en quasi-totalité par le site inscrit « *Bande côtière de Nice à Théoule* », le RLP devra nécessairement prévoir une dérogation à l'interdiction de publicité induite par la présence de ce site inscrit. En effet, seule l'élaboration ou la révision d'un RLP permet de lever ce type d'interdiction et de réintroduire la publicité de manière relative.



Publicité apposée sur mur, Cannes, Mars 2018

³⁷ Uniquement pour les interdictions relatives. Voir « les interdictions relatives » p.21 du présent rapport de présentation.



Présence de mobilier urbain sur le Boulevard de la Croisette, Cannes, Mars 2018.



Présence de mobilier urbain sur le Boulevard de la Croisette en co-visibilité avec le quartier du Suquet et l'Eglise Notre-Dame, Cannes, Mars 2018.



Publicité apposée sur mobilier urbain en co-visibilité avec la Chapelle de la Miséricorde, Cannes, Mars 2018

Problématique n°2 : La présence de dispositifs publicitaires disséminés sur le territoire communal

Comme le montre le diagnostic du parc d'affichage relatif aux publicités et préenseignes, la majorité des dispositifs publicitaires ont une surface inférieure ou égale à 8 mètres carrés. Le RLP permettra alors d'entériner un état de fait sur le territoire en encadrant la surface de ces dispositifs. Certains secteurs pourront faire l'objet d'une réglementation plus restrictive en limitant le type de dispositif (uniquement les publicités sur mur ou clôture par exemple) et/ou en limitant plus strictement la surface des dispositifs publicitaires (à moins de 8 mètres carrés par exemple). La règle de densité des publicités et préenseignes pourra également être simplifiée et renforcée sur le territoire communal.



Publicité scellée au sol de 12 mètres carrés, maximum fixé par le Code de l'environnement, Cannes, Mars 2018



Publicité apposée sur mur de 12 mètres carrés, maximum fixé par le Code de l'environnement, Cannes, Mars 2018



Co-visibilité entre deux dispositifs publicitaires de 12 mètres carrés, Cannes, Mars 2018.

Problématique n°3 : Encadrer les dispositifs numériques in situ sur le territoire.

Cette problématique concerne aussi bien les publicités et préenseignes que les enseignes. En effet, le diagnostic de territoire a permis de mettre en avant la présence de plusieurs dispositifs numériques sur la Commune de Cannes. A ce jour, les enseignes numériques ne sont pas encadrées par le Code de l'environnement, le RLP pourra donc mettre en place une réglementation spécifique pour ce type de dispositif.



Enseigne parallèle au mur numérique, Cannes, Mars 2018



Enseigne parallèle au mur numérique, Cannes, Mars 2018



Enseigne parallèle au mur numérique, Cannes, Mars 2018



Publicité apposée sur mur, non-aveugle, numérique, Cannes, Mars 2018

Problématique n°4 : Renforcer la réglementation applicable notamment les enseignes perpendiculaires au mur ou encadrant un balcon dans le centre-ville

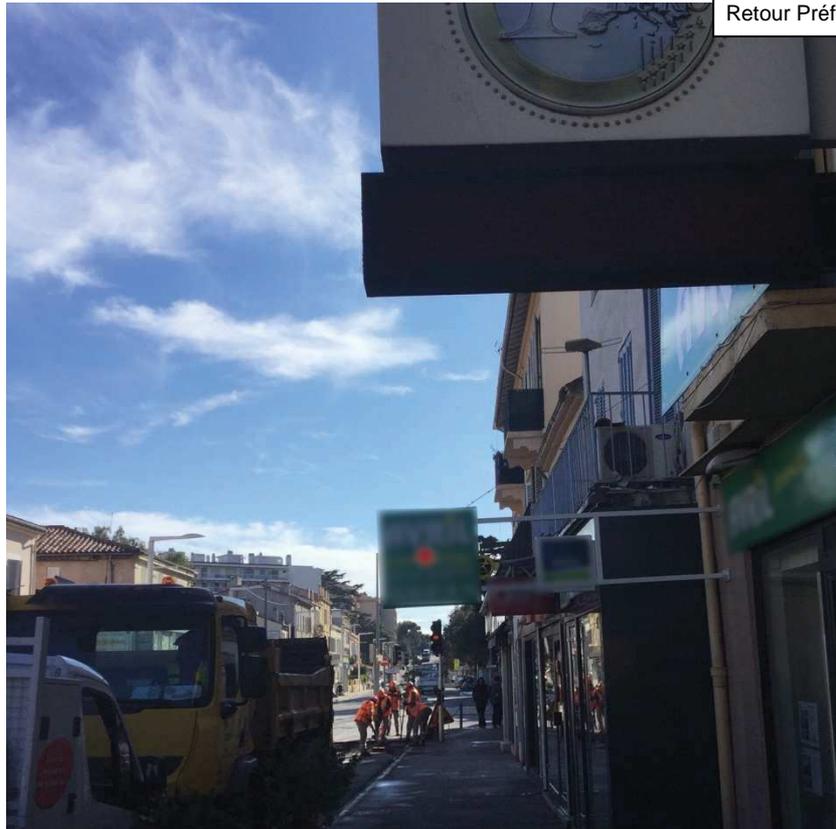
Les enseignes perpendiculaires au mur et sur balcon sont particulièrement présentes dans le quartier du Suquet et les quartiers adjacents et peuvent avoir un impact important notamment dans les rues étroites du centre-ville. Le RLP pourra limiter leur implantation afin de limiter le cumul d'enseignes. Le RLP pourra également encadrer les enseignes sur clôture qui peuvent également avoir un impact important dans les zones d'activités.



Enseigne perpendiculaire apposée sur balcon et cumul d'enseignes perpendiculaires, Cannes, Mars 2018



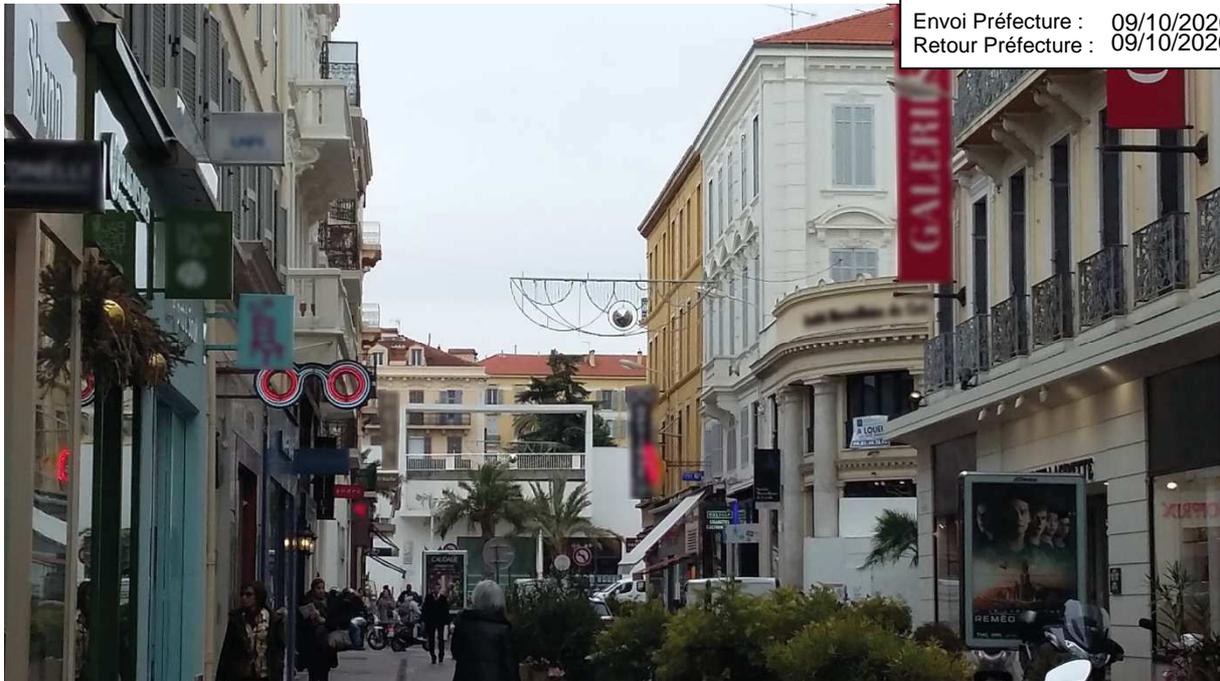
Cumul d'enseignes perpendiculaires, Cannes, Mars 2018



Enseigne perpendiculaire au mur obstruant le paysage, Cannes, Mars 2018



Impact des enseignes perpendiculaires au mur dans le centre-ville de Cannes, Cannes, mars 2018



Paysage urbain saturé par les enseignes perpendiculaires au mur, Cannes, Mars 2018



Cumul des enseignes perpendiculaires au mur, Cannes, Mars 2018



Enseignes sur balcon ou balconnet masquant des éléments décoratifs et/ou architecturaux du bâtiment sur lequel elles sont apposées, Cannes, Mars 2018.



Enseignes sur balcon ou balconnet masquant des éléments décoratifs et/ou architecturaux du bâtiment sur lequel elles sont apposées, Cannes, Mars 2018.

Problématique n°5 : La présence de dispositifs publicitaires exceptionnelles sur le Palais des Festivals

Le Code de l'environnement encadre, depuis la réforme de la publicité extérieure « Grenelle II » et ses décrets d'application, les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles. Il s'agit d'une catégorie de spécifique de dispositifs qui doivent répondre à certaines règles d'implantations et une limitation de surface à 50 mètres carrés maximum. Dans le cadre des différentes manifestations et festivals organisés par la Ville de Cannes, ces dispositifs pourront faire l'objet d'une réflexion spécifique.



Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle, Cannes, Mars 2018



Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle, Cannes, Mars 2018

**Problématique n°6 : Préserver les bonnes intégrations pay
enseignes**

Du fait de leurs caractéristiques et notamment leur format, leur coloris ou leurs matériaux, certaines enseignes relevées s'intègrent parfaitement à leur environnement et/ou à l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont apposées. Le RLP pourra règlementer et encourager les implantations qualitatives d'enseignes sur le territoire notamment dans des secteurs sensibles comme le quartier du Suquet et le centre-ville.



Enseignes sobres et alignement de l'enseigne perpendiculaire et parallèle au mur, Cannes, Mars 2018



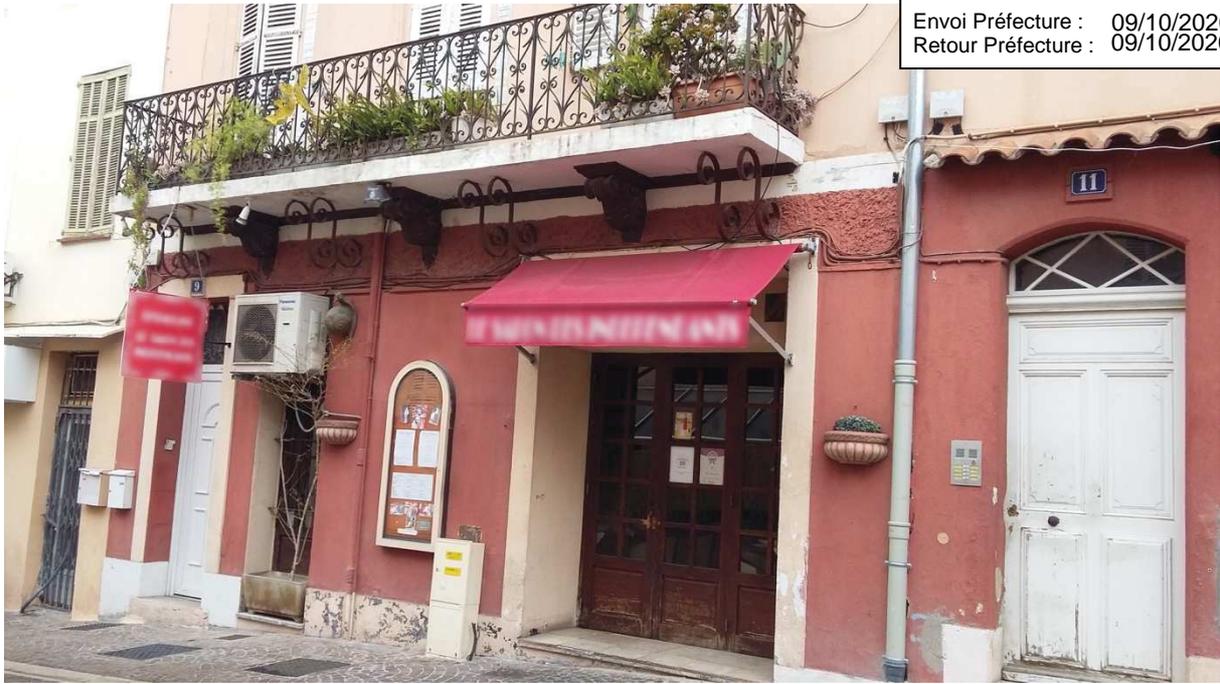
Enseignes sobres en lettres découpées s'intégrant à la façade, Cannes, Mars 2018



Enseigne en fer forgée qualitative, Cannes, Mars 2018



Enseigne sobre en bois et lettres découpées lumineuses, Cannes, Mars 2018\$



Enseignes sobres et alignement de l'enseigne perpendiculaire et parallèle au mur, Cannes, Mars 2018

IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Par une délibération n°27 en date du 17 juillet 2017, la commune de Cannes a fixé les objectifs suivants pour l'amélioration du cadre de vie en matière de publicité extérieure sur son territoire :

- Protéger la qualité du patrimoine bâti et naturel notamment sur les îles, le quartier historique du Suquet et aux abords des monuments et sites classés ;
- Concilier les intérêts économiques de la ville notamment en matière de tourisme d'affaire en liaison avec le Palais des Festivals et des Congrès et les objectifs réglementaires ;
- Harmoniser les prescriptions et être conforme à celles édictées dans le règlement du PLU ;
- Créer un nouveau zonage adapté à l'évolution du territoire communal ;
- Réduire le nombre et les formats des affiches publicitaires classiques et particulièrement la suppression des supports de 12 mètres carrés.

2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

- Orientation n°1 : Réintroduire la publicité sur le territoire Cannois de manière limitative en fonction des caractéristiques des différentes zones de publicités ;
- Orientation n°2 : Mettre en place une réglementation stricte des enseignes sur le quartier du Suquet et en centre-ville notamment concernant les enseignes parallèles au mur, les enseignes perpendiculaires au mur ou encore les enseignes sur auvents ou marquises ;
- Orientation n°3 : Limiter l'impact des dispositifs publicitaires en réduisant la densité publicitaire et/ou le format de ces dispositifs ;
- Orientation n°4 : Réglementer les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu et les enseignes sur clôture notamment dans les zones d'activités ;
- Orientation n°5 : Réglementer les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur le territoire ;
- Orientation n°6 : Préserver les espaces peu touchés par la pression publicitaire notamment certains secteurs résidentiels ou pavillonnaires ;
- Orientation n°7 : Mettre en place une réglementation spécifique de publicité aux abords du Palais des Festivals et Congrès.

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de la commune de Cannes. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

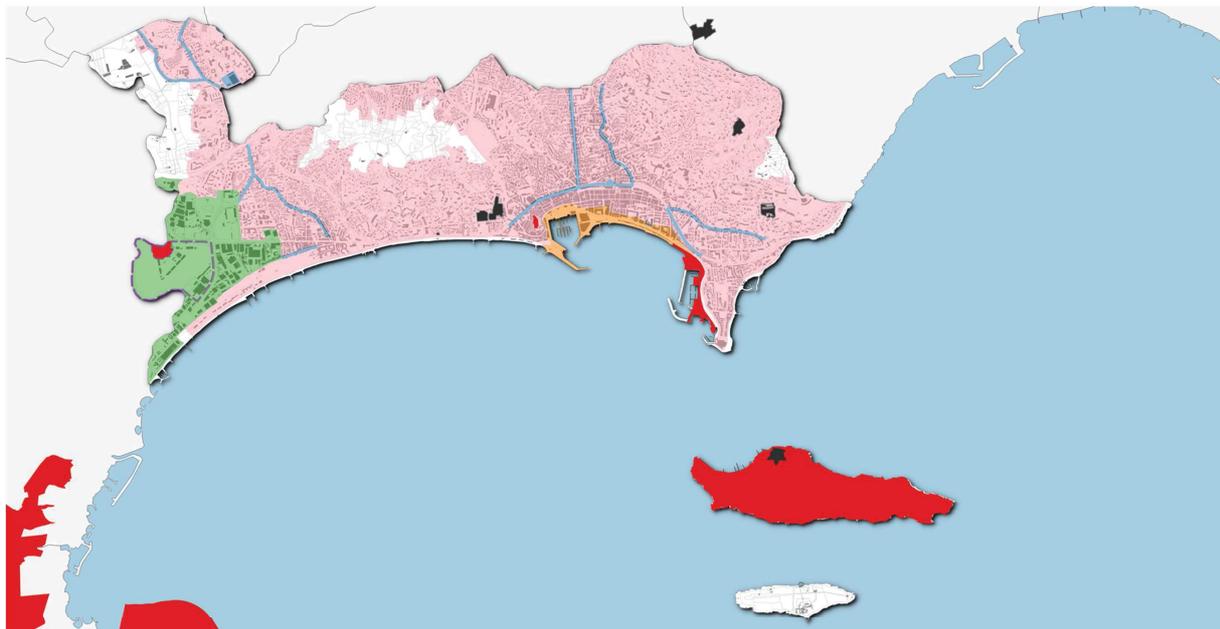
- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les zones d'activités et commerciales de La Bocca situées à l'ouest de la commune (délimitée en vert sur le plan de zonage de la publicité et des pré-enseignes) ;
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre le secteur à vocation principale d'habitat et d'équipements (délimitée en rose sur le plan de zonage de la publicité et des pré-enseignes) ;
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre le secteur du Palais des Festivals et des Congrès, le boulevard de la Croisette en partie, la promenade de la Pantiero, les Allées de la Liberté, le Quai Saint Pierre et leurs abords (délimitée en orange sur le plan de zonage de la publicité et des pré-enseignes) ;
- La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les grands axes de circulation du territoire : l'avenue Michel Jourdan, l'avenue de la Roubine pour partie, l'avenue Pierre de Coubertin pour partie, le Chemin des Gourguettes, l'avenue de la Borde, le boulevard Carnot, le boulevard de la République, le boulevard du Général Vautrin et l'avenue du Maréchal Juin (pour partie) sur une largeur de 20 mètres de part et d'autre de l'axe de la voie, et le boulevard de la 1^{ère} Division Française Libre (jusqu'à l'Avenue de la République), l'avenue de Bachaga Saïd Boualam, l'avenue des Anciens Combattants en Afrique du Nord sur 25 mètres au nord de l'axe de la voie (délimitée en bleu sur le plan de zonage de la publicité et des pré-enseignes).

Les secteurs situés en dehors des 4 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception³⁸.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous :

³⁸ Cf. p. 25 du présent rapport de présentation, concernant les préenseignes dérogatoires.

Zonage applicable à la publicité et aux préenseignes – commune de Cannes



Légende

- Sites classés (publicités/préenseignes interdites - Art. L.581-4 du C. env.)
- Monuments historiques classés/inscrits (publicités/préenseignes interdites - Art. L.581-4 du C. env.)
- ZP1A : Zone d'activités commerciale de la Bocca (hors zone aéroportuaire)
- ZP1B : Zone aéroportuaire de la Bocca
- ZP2 : Zone à vocation d'habitat et d'équipements
- ZP3 : Palais des Festivals et des Congrès et boulevard de la Croisette
- ZP4 : Axes structurants
- Espace hors agglomération (publicités/préenseignes (sauf préenseignes dérogatoires) interdites - Art. L.581-7 et L.581-19 du C. env.)



Source :
Zonage : bureau d'étude GoPub Conseil
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab
- Commune de Cannes
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

Zonage applicable à la publicité et aux préenseignes – commune de Cannes



Légende

- Sites classés (publicités/préenseignes interdites - Art. L.581-4 du C. env.)
- Monuments historiques classés/inscrits (publicités/préenseignes interdites - Art. L.581-4 du C. env.)
- ZP1A : Zone d'activités commerciale de la Bocca (hors zone aéroportuaire)
- ZP1B : Zone aéroportuaire de la Bocca
- ZP2 : Zone à vocation d'habitat et d'équipements
- ZP3 : Palais des Festivals et des Congrès et boulevard de la Croisette
- ZP4 : Axes structurants
- Espace hors agglomération (publicités/préenseignes (sauf préenseignes dérogatoires) interdites - Art. L.581-7 et L.581-19 du C. env.)

0 750 1500 m



Source :
Zonage : bureau d'étude GoPub Conseil
Parcellaire, bâti et commune : PCI – Etalab
– Commune de Cannes
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

Zonage applicable à la publicité et aux préenseignes – commune de Cannes – Centre-ville



Légende

- Sites classés (publicités/préenseignes interdites - Art. L.581-4 du C. env.)
- Monuments historiques classés/inscrits (publicités/préenseignes interdites - Art. L.581-4 du C. env.)
- ZP1A : Zone d'activités commerciale de la Bocca (hors zone aéroportuaire)
- ZP1B : Zone aéroportuaire de la Bocca
- ZP2 : Zone à vocation d'habitat et d'équipements
- ZP3 : Palais des Festivals et des Congrès et boulevard de la Croisette
- ZP4 : Axes structurants
- Espace hors agglomération (publicités/préenseignes (sauf préenseignes dérogatoires) interdites - Art. L.581-7 et L.581-19 du C. env.)

0 250 500 m



Source :
Zonage : bureau d'étude GoPub Conseil
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab
- Commune de Cannes
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

Conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016³⁹ et au second arrêt du 8 novembre 2017³⁹, les surfaces maximales des publicités et préenseignes, doivent s'entendre comme étant des surfaces maximales « *hors tout* », comprenant non seulement la surface d'affichage mais également l'encadrement des dispositifs publicitaires, sauf mention contraire.

Un arrêt récent de la Cour Administrative d'Appel de Nancy⁴⁰, a également précisé qu'« *il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique* » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

En zone de publicité n°1 (ZP1 – zones d'activités), la collectivité a décidé de déroger à l'interdiction de publicité posée par le Code de l'environnement. Ainsi, la publicité est réintroduite afin de prendre en compte les enjeux, notamment économiques et environnementaux, du territoire. Ainsi, les publicités apposées sur mur, les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, la publicité numérique, la publicité de dimensions exceptionnelles, les bâches publicitaires, et celle apposée sur le mobilier urbain sont autorisées sur cette zone.

Les publicités apposées sur mur et les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 8 m² d'affiche, 10,5 m² « *hors tout* » et 6 mètres de hauteur afin de limiter l'impact des dispositifs de grands formats. Pour atténuer encore l'impact de ces dispositifs publicitaires, la collectivité a également mis en place des dispositions esthétiques :

- Pour les publicités apposées sur mur, il s'agit d'interdire les implantations à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ;
- Pour les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, il s'agit d'obliger ces dispositifs à recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée si le dispositif ne comporte qu'une seule face d'affichage.

Outre ces prescriptions, la commune a décidé de renforcer la règle de densité applicable. A ce titre, la publicité est interdite sur les unités foncières de moins de 20 mètres linéaires. Au-delà de 80 mètres linéaires, une seule publicité supplémentaire est autorisée dès lors que l'unité foncière compte déjà 2 dispositifs publicitaires. L'objectif de cette règle est de limiter l'implantation et la surenchère de dispositifs publicitaires sur la zone d'activité de la Bocca. Une règle de densité distincte s'applique au domaine aéroportuaire. Celle-ci ne permet l'installation que de 6 dispositifs publicitaires de 8 m² (d'affiche) et 6 dispositifs publicitaires de 2 m² (d'affiche) maximum sur cette unité foncière.

La publicité numérique est autorisée dans la limite de 2 m² d'affiche, 2,5 m², encadrement compris, et 5 mètres de hauteur au sol. L'objectif de cette restriction est de tenir compte des besoins générés par les activités situées en ZP1 (nombreuses activités développées autour de l'audiovisuelle par exemple, création d'un multiplexe, etc.) mais également du cadre de vie cannois.

La publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale⁴¹ excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des

³⁹ : CE, 20 octobre 2016, n°395494 et CE 8 novembre 2017, n°408801.

⁴⁰ CAA Nancy, 18 mai 2017, N°16NC00986.

⁴¹ Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement

informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques apposées sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations, donc limitée à 8 m² d'affiche, 10,5 m² « hors tout » et 6 mètres de hauteur.

L'objectif de cette réglementation est de concilier la préservation du cadre de vie de la commune en tenant compte des besoins des acteurs économiques locaux et des infrastructures existantes au sein de la zone d'activités.

En zone de publicité n°2 (ZP2 – zone d'habitat et d'équipements), la collectivité autorise notamment les dispositifs suivants :

- Les publicités apposées sur mobilier urbain y compris lorsqu'elle est numérique ;
- Les bâches de chantier ;

Comme en ZP1 (ZP1 – zones d'activités), la publicité apposée sur mobilier urbain est régie par la réglementation nationale⁴² excepté lorsqu'elle est apposée sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Dans ce cas, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires est donc limitée à 8 m² d'affiche, 10,5 m² « hors tout » et 6 mètres de hauteur. La publicité apposée sur mobilier urbain peut être numérique dans cette zone. Lorsque la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques est numérique, elle est limitée à 5 m de hauteur au sol, 2 m² d'affiche et 2,5 m² encadrement compris. Cette restriction permet de préserver le cadre de vie des habitants en limitant les formats et donc l'impact visuel de ces supports.

L'objectif de cette règle est de préserver le patrimoine bâti et naturel du territoire tout en préservant les infrastructures existantes.

En zone de publicité n°3 (ZP3 – Palais des Festivals et des Congrès et une partie du boulevard de la Croisette), la collectivité a choisi de tenir compte des caractéristiques exceptionnelles de son territoire générées par la présence du Palais des Festivals et des Congrès. Ainsi, la collectivité autorise notamment les dispositifs suivants :

- Les publicités apposées sur mobilier urbain y compris numériques ;
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles y compris numériques.

A ce titre, la commune a choisi de limiter l'utilisation des dispositifs de dimensions exceptionnelles à 60 jours par an, comme c'est le cas actuellement au titre du RLP de 2005. L'objectif est de pérenniser l'action du RLP antérieur et de préserver les acquis de ce règlement. Il est également primordial de tenir compte des nombreuses manifestations internationales accueillies chaque année par le Palais des Festivals et des Congrès.

La publicité apposée sur mobilier urbain est encadrée dans les mêmes conditions qu'en ZP1 (zones d'activités) et ZP2 (zone d'habitat et d'équipements).

⁴² Art. R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement

En zone de publicité n°4 (ZP4 – Axes structurants), la commune déroge à l'interdiction de publicité posée par le Code de l'environnement. La collectivité autorise notamment les dispositifs suivants :

- les publicités apposées sur mur ;
- les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- la publicité numérique ;
- les bâches et palissades de chantier ;
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ;
- la publicité apposée sur le mobilier urbain.

Les dispositifs mentionnés ci-avant sont règlementés dans les mêmes conditions qu'en ZP1 (zones d'activités), excepté pour ce qui est de la règle de densité. En effet, la commune a choisi de mettre en place une règle de densité stricte afin de maîtriser l'implantation et le nombre de dispositifs publicitaires sur cette zone. A ce titre, un seul dispositif publicitaire est autorisé sur une unité foncière dont le linéaire est supérieur ou égale à 20 mètres.

La publicité numérique est autorisée dans la limite de 2 m² d'affiche, 2,5 m², encadrement compris, et 5 mètres de hauteur au sol. L'objectif de cette restriction est de tenir compte des besoins générés par le développement des activités économiques et touristiques mais également la préservation du cadre de vie cannois.

L'objectif de cette règle est de limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur cet espace tout en tenant compte des enjeux (touristiques, économiques et environnementaux) existants sur la commune.

La publicité apposée sur mobilier urbain est encadrée dans les mêmes conditions qu'en ZP1 (zones d'activités), ZP2 (zone d'habitat et d'équipements) et ZP3 (Palais des Festivals et des Congrès et une partie du boulevard de la Croisette).

Enfin, les publicités ou préenseignes implantées sur l'unité foncière formant le domaine ferroviaire doivent avoir une distance minimale d'au moins 200 mètres les unes par rapport aux autres. Une règle spécifique est mise en place pour les dispositifs installés sur les quais de gare afin de tenir compte de l'existant. A ce titre, les publicités ou préenseignes implantées sur les quais de gare doivent avoir une distance minimale d'au moins 20 mètres les unes par rapport aux autres. Cependant, aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie ferrée.

L'ensemble des publicités et préenseignes, excepté le mobilier urbain, conformément à la réglementation nationale, est soumise à la plage d'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la réglementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement⁴³.

Au regard de l'ensemble des éléments ayant permis une vaste réflexion sur la place de la publicité et des préenseignes sur la ville de Cannes, il apparaît que le RLP a pour

⁴³ Cf. p. du rapport de présentation concernant les règles applicables à la publicité apposée sur mobilier urbain

vocation de préserver le principe de conciliation entre la liberté d'industrie et la protection des paysages et du cadre de vie de l'environnement.

En effet, le RLP tient compte de toutes les caractéristiques de la Ville de Cannes, à savoir :

- son positionnement de ville touristique dynamique en compétition économique avec de nombreux territoires à l'international ;
- son authenticité et la volonté de préserver le cadre de vie des Cannois et notamment les secteurs historiques et les espaces sensibles architecturaux et naturels (quartier du Suquet, hyper-centre, îles du Lérins etc.) ;
- sa volonté de développement économique innovante et diversifiée ;
- la présence de nombreux secteurs d'interdictions de publicité pour lesquels le Code de l'environnement permet néanmoins une dérogation ;
- la structure de son territoire et notamment de l'implantation des publicités et préenseignes déjà en place, largement dessinée par son RLP de 2005.

Le zonage proposé permet de limiter à lui seul l'implantation des dispositifs publicitaires et des préenseignes sur près de $\frac{3}{4}$ du territoire communal. Ainsi, la ZP2 (secteurs à vocation principale d'habitat et d'équipements) ne pourra accueillir que du mobilier urbain supportant, à titre accessoire, de la publicité. Cette avancée considérable est une mesure forte avec un impact direct et concret sur le cadre de vie Cannois.

Sur les autres secteurs du territoire (ZP1, ZP3 et ZP4), bien que la publicité soit réintroduite sous plusieurs formes, la mise en place d'une réduction des formats ou encore la mise en place d'une règle de densité plus stricte sont des mesures qui permettent également de diminuer largement l'impact visuel de la publicité sur le territoire communal.

A titre d'exemple, la réduction des formats publicitaires de 12 m² à 8 m² devrait permettre la suppression d'environ 26% de surface d'affichage (soit environ 1 248 m² contre un peu plus de 4 700m² à l'heure actuelle).

Par ailleurs, la règle de densité va permettre de dédensifier les entrées de villes et les grands axes de circulation (ZP4) compte tenu des critères retenus (un minimum de 20 m de linéaire est requis pour pouvoir installer un dispositif publicitaire) et des caractéristiques locales à savoir des linéaires d'unité foncière restreints sur ce secteur. Ce cumul de règles et de contraintes locales implique l'impossibilité d'installer des supports publicitaires sur une part non négligeable des unités foncières. Les possibilités d'implantation de publicité sont donc véritablement mesurées.

Enfin, la ZP3 a nécessairement bénéficié d'un traitement spécifique tenant compte de l'activité événementielle et touristique générée au niveau du secteur de la Croisette. L'objectif des règles mises en place est donc d'accompagner le développement de la dynamique économique, touristique, commerciale et événementielle de Cannes principalement sur des périodes ciblées (congrès, salons, festivals, etc.). De nombreuses manifestations internationales sont orientées vers les secteurs de l'audiovisuel, de l'image et du numérique, le projet de RLP assure donc la possibilité d'installer des supports numériques dans des conditions clairement définies pour préserver la mise en concurrence de la ville à l'international et la préservation du territoire.

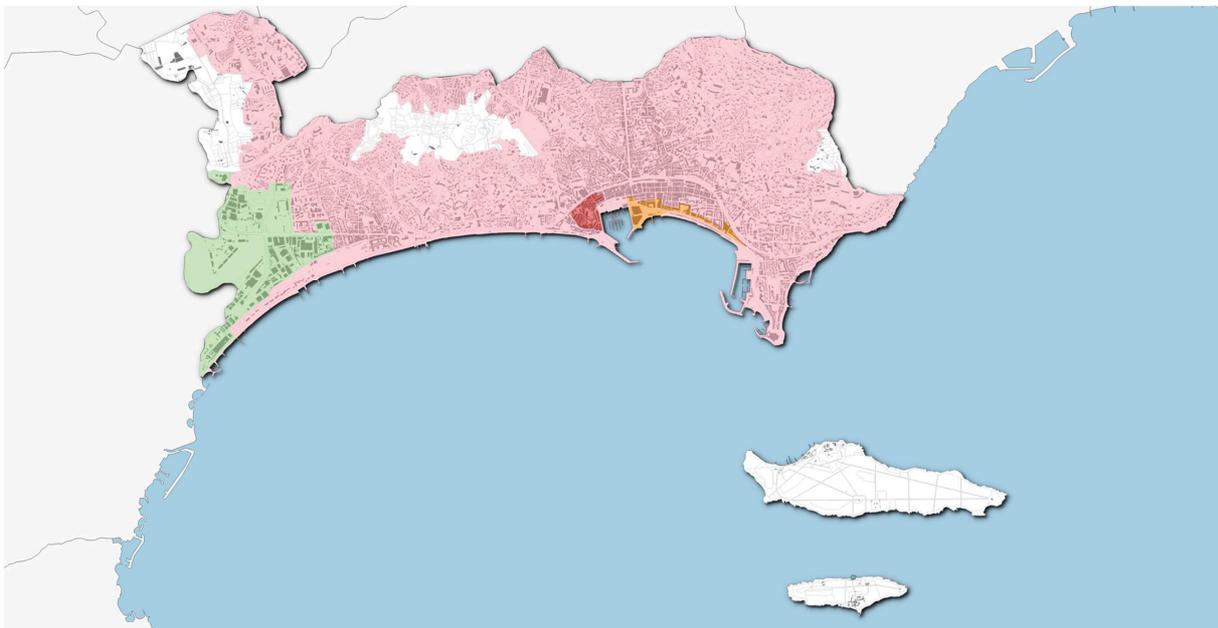
L'ensemble de ces éléments permet à la Commune de Cannes les possibilités offertes par le Code de l'environnement de déroger de manière limitative à l'interdiction de publicité qui couvre la quasi-totalité du territoire Cannois pour présenter un projet équilibré répondant aux besoins de l'attractivité du territoire et de ses activités économiques et touristiques mais également des enjeux de préservation et de protection du cadre de vie et des paysages. Le projet de RLP répond donc au principe de conciliation entre la préservation du cadre de vie et les besoins des acteurs locaux.

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

Afin de prendre en compte les besoins du territoire et dans un souci de cohérence, le zonage choisi pour les enseignes, a été différencié de celui applicable à la publicité et aux préenseignes. Ainsi, les zones d'enseignes sont définies de la manière suivante :

- La zone d'enseignes n°1 (ZE1) couvre les zones d'activités et commerciales de La Bocca situées à l'ouest de la commune (délimitée en vert sur le plan de zonage des enseignes) ;
- La zone d'enseignes n°2 (ZE2) couvre le centre-ville et les secteurs à vocation principale d'habitat et d'équipements (délimité en rose sur le plan de zonage des enseignes) ;
- La zone d'enseignes n°3 (ZE3) couvre le secteur du Palais des Festivals et des Congrès, une partie du boulevard de la Croisette et leurs abords (délimité en orange sur le plan de zonage des enseignes)
- La zone d'enseignes n°4 (ZE4) couvre le centre ancien de Cannes, le site du Suquet et l'espace Forville (délimité en rouge sur le plan de zonage des enseignes).

Zonage applicable aux enseignes – commune de Cannes



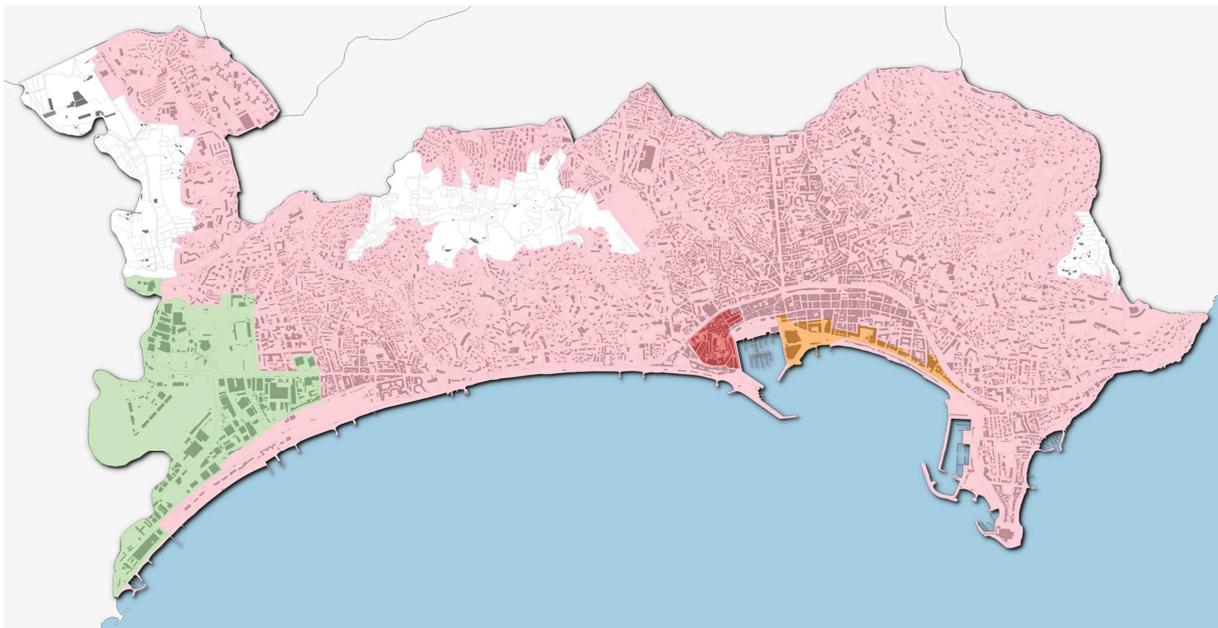
Légende

- ZE1 : zone d'activités commerciales de la Bocca
- ZE2 : Centre ville et zone à vocation d'habitat et d'équipements
- Z3 : Palais des Festivals et des Congrès et boulevard e la Croisette
- ZE4 : Centre-ancien (Suquet Forville)
- Espaces hors agglomération - les règles applicables sont celles de la ZE4



Source :
Zonage : bureau d'étude GoPub Conseil
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab
- Commune de Cannes
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

Zonage applicable aux enseignes – commune de Cannes



Légende

- ZE1 : zone d'activités commerciales de la Bocca
- ZE2 : Centre ville et zone à vocation d'habitat et d'équipements
- Z3 : Palais des Festivals et des Congrès et boulevard de la Croisette
- ZE4 : Centre-ancien (Suquet Forville)
- Espaces hors agglomération - les règles applicables sont celles de la ZE4

0 1 2 km



Source :
Zonage : bureau d'étude GoPub Conseil
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab
- Commune de Cannes
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

Zonage applicable aux enseignes – commune de Cannes – Centre-ville



Légende

- ZE1 : zone d'activités commerciales de la Bocca
- ZE2 : Centre ville et zone à vocation d'habitat et d'équipements
- ZE3 : Palais des Festivals et des Congrès et boulevard e la Croisette
- ZE4 : Centre-ancien (Suquet Forville)
- Espaces hors agglomération - les règles applicables sont celles de la ZE4



Source :
Zonage : bureau d'étude GoPub Conseil
Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab
- Commune de Cannes
Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

Sur l'ensemble du territoire, la commune de Cannes a fait enseigner sur :

	ZE1 : Zones d'activités	ZE2 : Zone d'habitat et d'équipements	ZE3 : Palais des Congrès et ses abords	ZE4 : Centre-ancien
Enseigne sur les arbres ; Enseigne sur garde-corps de balcon ou balconnet ; Enseignes sur clôture ;	Interdite			
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Interdite		Autorisée sous condition	Interdite
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Autorisée sous condition			

Enseignes Parallèles :

En zone d'enseigne n°1 (ZE1 – zones d'activités), la hauteur des enseignes parallèles au mur ne peut dépasser 1/3 de de la hauteur du bâtiment sur lequel elles sont installées, et leur saillie est limitée à 0,20 m.

En zone d'enseigne n°2 (ZE2 – Centre-ville et zone d'habitat et d'équipement) et en ZE3 (Palais des Festivals et des Congrès et ses abords), les enseignes parallèles au mur doivent être installées au-dessus des baies sans dépasser les limites du 1^{er} étage lorsque l'activité s'exerce exclusivement au rez-de-chaussée. La hauteur du bandeau ne peut excéder 0,50 m et la hauteur du lettrage ne peut excéder 0,40 m. Ces dispositions ne s'appliquent pas aux activités qui occupent plus de 50% bâtiment. Cependant, toutes les enseignes parallèles au mur sont limitées à une seule par façade d'activité et ne peuvent excéder 0,10 m de saillie. En ZE2, les enseignes parallèles au mur réalisées en lettres et signes découpés seront privilégiés.

En zone d'enseigne n°4 (ZE4 –centre-ancien), le RLP impose également certains matériaux pour préserver la qualité patrimoniale de ce secteur. Toutes les enseignes parallèles au mur du centre-ancien sont limitées en nombre, en hauteur et en saillie conformément aux prescriptions de l'ABF et leur implantation doit se faire dans les limites du rez-de-chaussée.

Lorsque l'activité est située sur une plage, les enseignes parallèles au mur sont limitées à une seule par façade, elles doivent être réalisées en lettres pleines découpées et leur hauteur est limitée à 1/10^{ème} de la hauteur de la façade du bâtiment sur lequel elles sont installées.

Enseignes Perpendiculaires

En zone d'enseigne n°1 (ZE1 – zones d'activités), la commune a souhaité limiter l'implantation des enseignes perpendiculaires au mur à une seule par voie bordant l'activité et, la saillie des enseignes perpendiculaires ne peut excéder 1m, alors que celle-ci est moindre sur le reste du territoire.

En zone d'enseigne n°2 (ZE2 - Centre-ville et zones à vocation d'habitat et d'équipements), les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par voie bordant l'activité et leur hauteur est limitée à 0,60m, excepté pour les activités qui occupent plus de 50% du bâtiment. En ZE3 (Palais des Festivals et des Congrès et ses abords), ces exceptions s'appliquent également aux activités et établissements culturels. Cependant, en ZE4 (centre-ancien), il n'y a pas d'exception aux limitations évoquées ci-avant.

La saillie ne peut excéder 0,60m et les enseignes perpendiculaires au mur doivent être alignées avec les enseignes parallèles au mur sauf incompatibilité (structure de l'activité, de l'architecture du bâtiment, etc.). Ces règles s'appliquent sur la ZE2, la ZE3 et la ZE4 sans exception.

Sur l'ensemble du territoire, la collectivité a décidé :

- d'autoriser les enseignes sur auvent ou marquise uniquement en lettres ou signes découpés et dont la hauteur ne dépasse pas 0,40 mètre de hauteur.
- de limiter les enseignes parallèles au lambrequin des stores lorsque celle-ci sont installées sur un store. Dans ce cas, la hauteur de ces enseignes est limitée à 1/3 de la hauteur du lambrequin.

L'objectif de cette réglementation est de prendre en compte les prescriptions d'intégration paysagère de l'Architecte des Bâtiments de France et de la charte architecturale des plages afin de privilégier des implantations d'enseignes qualitatives. En effet, les règles proposées permettent de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et de valoriser les secteurs à forte dominance patrimoniale en tenant compte des enjeux par zone d'enseigne.

Toujours dans le but de préserver son patrimoine bâti et naturel, la collectivité a choisi d'interdire les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sur l'ensemble de son territoire excepté en ZE1 (zones d'activités) et ZE3 (Palais des Festivals et des Congrès et ses abords).

En ZE1 (zones d'activités), les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 1,5 mètre carré et 3 mètres de hauteur. Cette surface est portée à 4 mètres carrés en cas de regroupement de plusieurs établissements sur un même support. Ces enseignes sont limitées à une seule par unité foncière.

En ZE3 (Palais des Festivals et des Congrès et ses abords), les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées uniquement pour les établissements occupant la totalité d'un bâtiment et en retrait de la voie publique. Ces enseignes sont autorisées dans la limite d'une par activité, elles ne peuvent excéder plus de 3 mètres de hauteur au sol ni 12 m² de surface maximum, comme c'est le cas actuellement au titre du Code de l'environnement pour ce type d'enseigne.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes scellées au sol ou sur le sol inférieures ou égales à un mètre carré sont autorisées uniquement pour les activités situées en retrait de la voie. Ces enseignes sont limitées à une seule par activité et 1,50 mètre de hauteur maximum sur l'ensemble du territoire, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence qui peuvent s'élever jusqu'à 4 mètres de hauteur au sol.

Cette réglementation a pour but de limiter leur nombre et leur implantation anarchique sur le territoire en l'absence de règle nationale.

La commune a également choisi d'interdire les enseignes numériques en zone d'enseigne n°4 (ZE4 – Centre-ancien). Pour les Zones ZE1, ZE2 et ZE3, les enseignes numériques ne sont autorisées que si elles sont installées parallèlement au mur, dans la limite d'une seule par activité excepté pour les activités ou établissements culturels, les enceintes sportives et les activités occupant plus de 50% d'un bâtiment suivant les zones d'enseignes. L'objectif de la réglementation locale est de limiter l'impact de ces dispositifs sur le cadre de vie et les perspectives paysagères sur le territoire et principalement dans le centre-ancien tout en tenant compte des enjeux et besoins des acteurs économiques locaux du territoire.

Dans les zones ZE1, ZE3 et ZE4, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne nationale, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 01h00 et 06h00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne.

Dans la zone ZE2 (Centre-ville et zone à vocation d'habitat et d'équipements), la plage d'extinction des enseignes lumineuses est de 00h00 à 07h00

La commune de Cannes a également réglementé les enseignes hors agglomération. En effet, les enseignes implantées hors agglomération sont encadrées dans les mêmes conditions que les enseignes installées en ZE2 (Centre-ville et zones d'habitat et d'équipements).

L'ensemble de ces règles ont été établit de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.