

REPUBLIQUE FRANCAISE

PREFECTURE DU VAR

COMMUNE DE FREJUS




**AVIS  
des Personnes Publiques  
Associées et de la  
Commission  
Départementale de la  
Nature, des Paysages et des  
Sites**

**Relatifs au projet de révision du  
Règlement Local de Publicité de la  
Commune de Fréjus**

Draguignan, le 28 janvier 2020

**Monsieur Le Maire**  
**Hôtel de Ville**  
**Place Formigé - CS 70108**  
**83 608 FREJUS CEDEX**

Service : Foncier Aménagement Territoires  
Dossier suivi par : Stéphanie VINCON  
Nos Réf : F/FA/FA/SV/MA  
Visa Cheffe du service :   
Visa Direction :

**MAIRIE DE FREJUS**

**- 5 FEV. 2020**

**Courrier reçu le**

**Objet : Projet de Règlement Local de Publicité**  
**Avis de la Chambre Départementale d'Agriculture**  
*Lettre R+AR*

Monsieur le Maire,

Personne publique autre que l'Etat, la Chambre Départementale d'Agriculture du Var a été rendue destinataire du projet de Règlement Local de Publicité arrêté par délibération du Conseil Municipal du 26 novembre 2019.

Votre courrier étant arrivé dans nos services en date du 19 décembre 2019, c'est à partir de cette date de réception que nous avons fait courir les 3 mois nous étant impartis pour vous adresser notre avis.

Votre commune, ou l'EPCI compétent, a la possibilité d'instituer une taxe locale sur la publicité extérieure. Cette taxe facultative s'applique aux dispositifs publicitaires fixes et visibles de toute voie ouverte à la circulation quelle que soit l'enseigne ou la zone géographique de la commune/EPCI où se trouve le dispositif publicitaire. Les collectivités ont la possibilité d'exonérer totalement ou partiellement certains dispositifs d'affichage notamment eu égard à leur dimension. Dans le cas de l'institution de cette taxe, il nous apparaît indispensable d'étudier des solutions d'exonération totale ou partielle de la TLPE pour les activités agricoles. Cette requête s'inscrit dans un objectif de favoriser la commercialisation en circuits courts, de promotion des productions locales...

**Siège Social**  
11, rue Pierre Clément - CS 40203  
83006 DRAGUIGNAN Cedex  
Tél. : 04 94 50 54 50  
Fax : 04 94 50 54 51  
Mél : contact@var.chambagri.fr

**Antenne de VIDAUBAN**  
70, avenue du Président Wilson  
83550 VIDAUBAN  
Tél. : 04 94 99 74 00  
Fax : 04 94 99 73 99  
Mél : vidauban@var.chambagri.fr

**Antenne de HYERES**  
727, avenue Alfred Décugis  
83400 HYERES  
Tél. : 04 94 12 32 82  
Fax : 04 94 12 32 80  
Mél : hyeres@var.chambagri.fr



Les observations que nous formulons ici, le sont au nom des intérêts généraux de la Profession agricole et de l'Agriculture que nous avons pour mission de représenter et de défendre pour répondre aux objectifs de développement durable de cette activité économique.

Nous émettons donc un avis favorable sur votre projet de Règlement Local de Publicité.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Maire, en l'assurance de nos sincères salutations.

**Fabienne JOLY**  
Présidente de la Chambre  
d'Agriculture du Var

24 MARS 2020

Le Président

Monsieur David RACHLINE  
Maire de Fréjus  
Hôtel de Ville  
Place Formigé  
CS 70108

83608 FREJUS Cedex

Toulon, le 13 MARS 2020

MAIRIE DE FRÉJUS				
ARRIVÉE				
24 MARS 2020				
AFFECTÉ	EST	NON		
COTE				

Monsieur le Maire,

Dans le cadre de la consultation des Personnes Publiques Associées, vous avez bien voulu nous transmettre pour avis le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Fréjus, et nous vous en remercions.

Le projet de RLP prévoit d'intégrer le contexte réglementaire qui a été réformé par la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (loi ENE), qui vise à préserver le besoin de visibilité des activités économiques, tout en améliorant la qualité du cadre de vie et en favorisant la mise en valeur du paysage et du patrimoine de la commune. L'instauration d'un RLP permet ainsi d'encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires, des préenseignes et des enseignes sur le territoire.

Nous soulignons donc dans votre projet la recherche d'un équilibre entre la réglementation des différents dispositifs, la prise en compte des enjeux paysagers, et l'importance de préserver une certaine liberté d'usage pour la communication des entreprises grâce à la publicité.

Le choix d'un zonage cohérent avec les caractéristiques du territoire de Fréjus est un volet essentiel de votre document. Les différents zonages identifiés nous semblent justifiés (secteurs d'agglomération, sites patrimoniaux, zones d'activités, voies structurantes...), car ils présentent chacun une identité et des enjeux spécifiques. Cela permet notamment d'adapter les dispositifs et d'assurer une réglementation appropriée, notamment pour les possibilités d'affichage liés aux besoins des activités économiques.

Votre document distingue également un zonage différencié en cohérence avec les particularités du territoire communal :

- un zonage concernant les publicités et les préenseignes (zones ZP1 à ZP4), où l'accent est mis sur les sites à préserver (prise en compte de l'AVAP notamment), les règles de densité sur les murs, l'implantation de dispositifs publicitaires qualitatifs sur le mobilier urbain, et la limitation des publicités lumineuses ;

- un zonage pour les enseignes (zones ZE1 à ZE3), avec comme objectif d'encadrer les dispositifs tout en préservant le cadre de vie, avec là-aussi des enseignes plus qualitatives. Il s'agit également de donner la possibilité aux activités économiques de se signaler sans pour autant altérer l'environnement, et de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées.

Cette approche différenciée est pertinente et met en évidence votre volonté de mener de front la valorisation du cadre de vie sur le territoire et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Concernant le centre-ville et l'agglomération principale (zones ZP1, ZP2 et ZE1), l'enjeu est de maintenir l'activité commerciale et touristique tout en évitant la multiplicité des supports publicitaires pour préserver au mieux le patrimoine urbain. Nous encourageons donc les dispositions affichées visant à limiter la densité et l'installation des enseignes, afin de promouvoir un centre-ville de qualité. Sur ce point, nous attirons toutefois votre attention sur l'importance de ne pas imposer un règlement trop restrictif qui, dans son application, pourrait mettre en difficulté certains commerces de proximité, alors même que la préservation du tissu économique local est l'un de vos objectifs affichés.

Concernant les zones d'activités (zones ZP4 et ZE3), nous adhérons aux dispositions mises en place et moins restrictives que sur les autres zones, au vu des enjeux économiques inhérents à ces espaces. Un des objectifs est de conforter la visibilité des entreprises notamment commerciales qui y sont implantées, et d'éviter les nuisances visuelles qui brouillent les informations des messages publicitaires ainsi que la lisibilité des enseignes. Une réglementation plus stricte sur les enseignes peu qualitatives qui impactent le paysage est également un point important, afin d'améliorer la qualité globale sur ces zones.

Si les zonages sont cohérents avec les périmètres des espaces à vocation économique du Plan Local d'Urbanisme (PLU), nous notons que le Pôle Production, situé au nord de la zone du Capitou au-delà de l'autoroute A8, n'est pas couvert par un zonage concernant les publicités et les préenseignes (contrairement au zonage pour les enseignes qui prend bien en compte ce secteur-là). Afin d'assurer aux entreprises qui y sont implantées une réglementation conforme à leur situation, il est important d'intégrer le périmètre du Pôle Production au sein du zonage ZP3, en cohérence avec les espaces d'activités du Capitou à proximité.

En conclusion, nous saluons à travers ce projet de RLP votre volonté de répondre aux besoins des acteurs économiques de la commune, et de ne pas contraindre leur activité avec une réglementation trop restrictive. Nous vous invitons toutefois à prendre en compte l'aspect pédagogique d'appropriation de ce document de référence auprès des entreprises de votre territoire, de manière à les accompagner et les aider à s'adapter à cette nouvelle réglementation dans les meilleures conditions.

En parallèle, nous attirons également votre attention sur l'importance de garantir une taxation locale en matière de publicité (Taxe Locale sur la Publicité Extérieure - *TLPE*) qui soit cohérente avec la réglementation du RLP, et surtout supportable financièrement pour les entreprises.

Nos services se tiennent à votre disposition pour tout développement complémentaire sur l'ensemble de ces thématiques.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Maire, en l'assurance de notre considération distinguée.

**Le Président,**



**Jacques BIANCHI**

**Affaire suivie par :**  
**Direction Front Office**  
**Pôle Prospective et Développement Territorial**  
**Joanin MAILHAN**  
**Tél : 04 94 22 80 13**



## PRÉFET DU VAR

PRÉFECTURE  
Direction de la coordination des politiques publiques et de  
l'appui territorial  
Bureau de l'environnement et du développement durable

### COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

#### FORMATION "PUBLICITÉ"

Séance du 3 juin 2020

COMMUNE	FRÉJUS
DOSSIER	Règlement local de publicité de la commune
RAPPORTEUR	DDTM
TEXTES	Code de l'environnement : article L581-14-1

#### PRÉSENTATION DU DOSSIER

M. Jean-Pascal SANTROT, directeur du pôle urbanisme et aménagement de la commune de Fréjus, et M. Jérôme ORLANDINI, chargé de mission, sont invités.

M. JACOB rappelle que, selon la loi du 12 juillet 2010, dite « Grenelle II », les *règlements locaux de publicité* (RLP) adoptés avant le 13 juillet 2010 deviennent caducs au 13 juillet 2020. Dans ce cas, le règlement national de publicité s'appliquera sur le territoire, sous compétence du préfet.

La ville de Fréjus dispose d'un RLP approuvé le 1<sup>er</sup> octobre 1999, donc antérieur à la loi. Par délibération du 25 septembre 2018, le conseil municipal a décidé de procéder à la révision de son RLP. Après diagnostic, la commune a arrêté le projet le 26 novembre 2019 puis a saisi les services de l'État le 19 décembre dernier.

M. SANTROT annonce qu'en raison du report de l'enquête publique dû à l'état d'urgence sanitaire, le conseil municipal ne pourra approuver le nouveau règlement avant la date limite fixée au 13 juillet 2020. Aussi, la commune souhaiterait un assouplissement de cette échéance.

Mme FANTIN (DDTM) indique que, compte tenu du retard pris en raison des événements sanitaires, l'État prendra le relais, dans l'attente de l'approbation du RLP.

*A noter que la loi n° 2020-734 du 17 juin 2020, donc postérieure à la CDNPS, est venue modifier la date de caducité des RLP approuvés avant la loi Grenelle II. Ainsi, la date de caducité du RLP de Fréjus n'est pas fixée au 14 juillet 2020 mais au 14 juillet 2021, si la révision n'a pas été approuvée avant cette date.*

M. SANTROT indique que Fréjus s'étend sur environ 10 600 hectares, soit 30 kilomètres nord-sud. Elle compte environ 54 000 habitants et serait soumise, en matière de publicité, en l'absence de RLP, à deux réglementations différentes, l'une concernant les agglomérations de plus de 10 000 habitants, dans son agglomération principale, et l'autre relative aux agglomérations de moins de 10 000 habitants, dans ses six agglomérations secondaires.

La commune est riche de vingt-huit monuments historiques, auxquels il faut ajouter le Vivier romain, découvert récemment, un site classé, un *site patrimonial remarquable* (SPR), deux sites inscrits et trois sites Natura 2000. Le zonage proposé dans le RLP tient compte de ces caractéristiques.

Avant d'arrêter le projet, les élus municipaux ont fixé certains objectifs :

- la dédensification des supports publicitaires dans certains secteurs et aux abords de certains axes structurants, leur multiplication générant une mauvaise visibilité et une pollution visuelle ;
- l'autorisation et la réglementation de l'affichage publicitaire aux abords des voies desservant les zones commerciales créées depuis le RLP de 1999. Environ 500 entreprises, situées principalement dans le secteur du Capitou, sont concernées ;
- le contrôle de l'implantation de panneaux publicitaires dans les secteurs protégés de la ville et dans le champ de visibilité des monuments historiques ;
- la limitation de la publicité sur le mobilier urbain, tout en travaillant la qualité des enseignes et le respect des interdictions énoncées dans le code de l'environnement ;
- la préservation des espaces peu touchés, dans les quartiers pavillonnaires et hors agglomération ;
- la réglementation de la pose des dispositifs publicitaires aux entrées de ville et aux carrefours, ainsi qu'aux abords des services publics, notamment des écoles ;
- le respect des distances entre les installations ;
- des prescriptions en matière d'implantation et d'insertion esthétique, en réduisant la densité et le format des supports ;
- la prise en compte des nouvelles technologies d'affichage, notamment le numérique, et des nouveaux dispositifs lumineux, tout en limitant leur impact ;
- la réglementation des enseignes sur toiture, sur clôture et au sol.

M. ORLANDINI indique que le plan concernant les implantations publicitaires comprend quatre zones définies selon leur enjeu patrimonial :

- la ZP 1 inclut les sites et espaces patrimoniaux remarquables, ainsi que les axes routiers structurants ;
- la ZP 2 couvre l'agglomération principale ;
- la ZP 3 englobe l'ensemble des agglomérations de moins de 1000 habitants ainsi que la zone d'activité du Capitou ;
- la ZP 4 associe toutes les zones d'activités de moindre importance, tant commerciales qu'artisanales.

Le plan concernant les enseignes, quant à lui, comprend trois zones. Les deux premières (ZE 1 et ZE2) sont identiques aux ZP 1 et ZP2 et la 3ème (ZE 3) regroupe la zone du Capitou et les autres zones d'activité, dans un souci d'harmonisation de l'espace.

Mme FANTIN observe que le dossier présente quelques faiblesses relevées ci-après :

- les plans ne sont pas de bonne résolution et ne permettent pas de déterminer le contour précis de chaque zone, et donc sa position par rapport aux servitudes d'utilité patrimoniale ;
- les infractions rencontrées étant nombreuses, il aurait été utile d'en analyser les raisons ;
- le diagnostic sur lequel doit s'appuyer le rapport de présentation du RLP aurait pu s'inspirer de l'analyse paysagère du PLU approuvé en 2019, qui identifie les identités paysagères et les cônes de vue à préserver. En l'état, le RLP énumère les protections patrimoniales mais n'identifie pas les enjeux paysagers du territoire ;
- la partie technique gagnerait à être simplifiée pour une meilleure compréhension par les publicitaires ;
- certains dispositifs publicitaires, tels que les petits formats implantés sur un support mural, sont préconisés par la commune alors qu'ils ne sont pas autorisés par le code de l'environnement, qui



ne prévoit qu'une installation sur les baies des devantures commerciales ;

- le format de publicité numérique indiqué semble excessif, compte tenu des sites et espaces patrimoniaux qui constituent la ZP 1 ;

- les écrans numériques de petit format sont de meilleure qualité et affectent moins le cadre de vie ;

- les publicités lumineuses ont également un impact visuel fort dans le paysage urbain : il conviendrait de le limiter par des surfaces plus modestes ;

- concernant la ZP 3, le format maximal du mobilier urbain d'information est de 8 m<sup>2</sup>, dépassant la règle nationale autorisée. Il nuit à la lisibilité des enseignes au sol, limitées à 6 m<sup>2</sup>, et aux dispositifs publicitaires classiques ;

- le RLP doit mentionner qu'il exclut toute enseigne ou publicité sur le domaine public maritime et sur le sentier du littoral. Il convient également de respecter les trames vertes (milieux naturels et semi-naturels terrestres) et bleues (réseaux aquatiques et humides) et les composantes paysagères du site ;

- un encart pourrait être ajouté au projet concernant la volonté d'économiser l'énergie, de recycler les panneaux et de gérer les déchets.

Mme FANTIN ajoute que la commune assurera pleinement ses compétences de conseil, d'instruction et surtout de contrôle avec une police municipale spécialisée et formée.

La DDTM émet un avis favorable au RLP de la ville de Fréjus, sous réserve que les observations énoncées dans l'avis ci-joint soit prises en compte dans la prochaine version du RLP.

La DREAL et l'UDAP émettent également un avis favorable, assorti des mêmes préconisations.

Mme REBOULOT précise que la ville de Fréjus a la particularité de comprendre une agglomération principale et des agglomérations secondaires qui ne sont pas soumises aux mêmes règles.

A noter que :

- dans la ZP 1, la commune n'autorise aucune publicité dans le SPR. Toutefois, elle l'autorise sur l'ensemble du mobilier urbain avec des formats de 8 m<sup>2</sup>, même celui implanté dans le SPR. Le problème est identique en ZP 3 avec une surface limitée à 4 m<sup>2</sup>, mais étendue à 8 m<sup>2</sup> sur le mobilier urbain ;

- il serait plus cohérent d'harmoniser les formats de publicité au sol autorisés dans les ZP 2, ZP 3 et ZP 4 ;

- dans la zone ZP 4, il serait souhaitable de ne pas autoriser la publicité dans le secteur de la RDN 7, zone séparée de l'agglomération principale, non construite et non agglomérée.

M. SANTROT précise que, si la publicité est autorisée sur le mobilier urbain dans la ZP 1, elle reste interdite dans le noyau urbain et dans le site patrimonial remarquable, conformément à la réglementation.

Mme JOIGNEAU (UDAP) ajoute que certains monuments, tel que l'aqueduc, ne sont pas inclus dans le site mais nécessitent une attention particulière.

M. QUESNE émet le souhait, pour la ZP 2, d'une cohérence de format entre les panneaux scellés au sol, autorisés jusqu'à 10,5 m<sup>2</sup>, et les panneaux muraux, tolérés jusqu'à 4,5 m<sup>2</sup> encadrement compris. Les supports muraux étant peu nombreux, il souhaiterait que la surface des panneaux soit de 10,5 m<sup>2</sup> pour l'ensemble de la ZP 2.

M. ÉTHÈVE évoque le « Schéma de regroupement des cohérences écologiques » de la DREAL, qui permet de cibler les trames bleues et vertes et regrette que le projet n'identifie, en trame bleue, que le Reyran (ZP 3 et ZP 4).

M. DANGEARD relève que la commune dispose de six ans pour se mettre aux normes, ce qui lui paraît excessif. Mme REBOULOT rappelle que la règle nationale est de deux ans pour la publicité et six ans pour les enseignes. Les nouveaux dispositifs doivent être immédiatement conformes.

M. ORLANDINI indique qu'un travail est en cours avec le service d'intégration géographique pour que les plans soumis à l'enquête publique soient détaillés et précis.

Quant aux infractions, elles sont bien relevées et traitées par un service dédié qui bénéficie d'une formation depuis deux ans pour faire appliquer la nouvelle réglementation, notamment en périphérie des zones commerciales et de la RDN 7.

Dès l'adoption du nouveau RLP, un guide sera rédigé pour expliquer aux commerçants et aux professionnels de la publicité les nouvelles règles en la matière.

M. VOARINO demande de bien différencier les types d'affichage et de prendre note que, contrairement à une publicité, une enseigne ne peut être interdite.

Mme FANTIN rappelle que le projet de RLP arrêté doit être présenté tel quel à l'enquête publique.

M. le secrétaire général propose aux membres de la CDNPS de passer au vote.

VOTE	NOMBRE DE VOIX
POUR	12
CONTRE	0
ABSTENTIONS	2 (M. QUESNE et M. CROSNIER)



PRÉFET DU VAR

PRÉFECTURE  
Direction de la coordination des politiques publiques et de  
l'appui territorial  
Bureau de l'environnement et du développement durable

COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

FORMATION "PUBLICITÉ"

Séance du 3 juin 2020

COMMUNE	FRÉJUS
DOSSIER	Règlement local de publicité de la commune
RAPPORTEUR	DDTM
TEXTES	Code de l'environnement : article L581-14-1

AVIS

Les membres de la CDNPS émettent un avis favorable, à l'unanimité, sur la proposition de règlement de publicité de la ville de Fréjus, sous réserve de revoir les points suivants détaillés dans le rapport de la DDTM remis aux intéressés :

- la correction du zonage et l'intégration des zones le long de la RDN7 en ZP 3 ;
- la diminution de la hauteur et des formats publicitaires sur mobilier urbain en ZP 1 ;
- l'harmonisation des formats sur dispositifs publicitaires et sur mobilier urbain en ZP 3 ;
- l'unification des horaires d'extinction des panneaux lumineux.

Le projet pourra être modifié à l'issue de l'enquête publique pour tenir compte des remarques et observations émises, en vue d'améliorer la qualité du document.

Le président de séance,

Serge JACOB